Gabriela Bodea

MICROECONOMIE

STEP BY STEP



Presa Universitară Clujeană

MICROECONOMIE
STEP BY STEP

Gabriela BODEA

MICROECONOMIE
Step by Step

PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ

2021

Referenţi de specialitate:

Prof. univ. dr. Mihaela LUȚAȘ
Facultatea de Ştiinţe Economice şi Gestiunea Afacerilor,
Universitatea „Babeş-Bolyai” Cluj-Napoca

Conf. univ. dr. Cătălin POSTELNICU
Facultatea de Ştiinţe Economice şi Gestiunea Afacerilor,
Universitatea „Babeş-Bolyai” Cluj-Napoca

ISBN 978-606-37-1259-3

© 2021 Autoarea volumului. Toate drepturile rezervate. Reproducerea integrală sau parţială a textului, prin orice mijloace, fără acordul autoarei, este interzisă şi se pedepseşte conform legii.

Universitatea Babeş-Bolyai
Presa Universitară Clujeană
Director: Codruța Săcelean
Str. Hasdeu nr. 51
400371 Cluj-Napoca, România
Tel./fax: (+40)-264-597.401
E-mail: editura@ubbcluj.ro
http://www.editura.ubbcluj.ro/

CUPRINS

Partea a II-a. USEFUL TEXTS FOR STUDY 121

INTRODUCERE

Acest volum se dorește a fi o sursă de informare utilă persoanelor care studiază *baza economiei* din perspectiva unor *nespecialiști în domeniu*. Scopul său este oglindit de cel puțin următoarele considerente:

- familiarizarea cu noțiunile de bază ale *Microeconomiei*;
- înțelegerea motivațiilor care stau la baza comportamentului entităților economice pe piață;
- asimilarea elementelor teoretico-practice în măsură să faciliteze traversarea situațiilor în care este nevoie ca oamenii – chiar nefiind specialiști în economie – să înțeleagă conotațiile aplicării principiilor aferente acestei sfere de activitate.

Motivația prezentei lucrări este una firească: *logica economică trebuie să fie calea pe care fiecare poate s-o aleagă atunci când are de rezolvat o problemă de adaptare la parcursul economic curent, uneori extrem de solicitant.*

Prima parte a volumului este destinată elementelor necesare dobândirii *cunoștințelor minime de economie*, iar cea de-a doua parte conține *abordări explicative și / sau exemplificative în limba engleză*, din puncte de vedere *similare sau apropiate* noțiunilor întâlnite pe parcurs *(USEFUL TEXTS FOR STUDY). Ele se regăsesc integral în sursele bibliografice indicate în fiecare asemenea caz, tocmai pentru ilustrarea teoriei.*

Partea I

REPERE TEORETICE ÎN MICROECONOMIE



capitolul 1.
OBIECTUL ŞI METODA ŞTIINŢEI ECONOMICE. CARACTERUL LEGIC AL ECONOMIEI.

1.1. Obiectul de studiu al ştiinţei economice

Ştiinţa economică – prin noţiunea *economie* – îşi are rădăcinile în antichitatea greacă, derivând din: *oikonómia*, la rândul ei provenită din: *oikos* (casă, gospodărie) şi *nomos* (lege). Ca atare, *economia* semnifică, la o *primă abordare*, un element indicând modul de administrare a unui *avut* individual mai mult sau mai puţin însemnat. În perioada actuală, *economia* a devenit un complex de reguli care guvernează existenţa unui patrimoniu.

Literatura de origine anglo-saxonă foloseşte cu precădere termenul *economics* – pe care azi l-a adoptat aproape întreaga lume. Însă indiferent ce terminologie folosim, teoria economică studiază modalităţile în care se organizează subiecţii săi – indivizi şi / sau colectivităţi – pentru a rezista problemelor impuse de raritate. *Nu există un adevăr unanim acceptat în ceea ce priveşte definirea ştiinţei economice.* Aşadar, deosebim o serie de posibilităţi de a privi economia, după cel puţin următoarele criterii:

- Concentrarea atenţiei asupra scopului nemijlocit al producţiei: *acoperirea trebuinţelor umane*, având ca deziderat maximizarea satisfacţiei consumatorului, prin bunuri şi servicii de calitate.
- Orientarea subiecţilor economici spre *principii utilitariste*.

- Considerarea *intereselor* drept pârghii economice esențiale.
- Primordialitatea elementelor privind *comportamentul uman*, privind omul ca reprezentant al unei entități sociale; potrivit ei, individul devine obiectul central al relației dintre *resursă, scop și întrebuințare alternativă*.
- Legătura dintre raritatea resurselor, tendința de economisire a acestora; concomitent, încadrarea în coordonatele funcției de maximizare a rezultatelor obținute, cu minim de efort; de aici rezultă sintagma *economia – știința alegerii eficiente*.
- *Relația dintre om – mediu* și implicațiile vieții reale asupra economicului, în scopul ameliorării raporturilor sociale și a celor dintre natură și societate (făcând posibilă evoluția civilizației).
- Alegerea sintagmei *economia – mijloc de subzistență*, ca bază a științei de profil.
- Configurarea *bogăției (avuției)* ca sursă a bunăstării, prin modul său de creare și de repartizare între membrii societății.
- Reprezentarea unui orizont în care au relevanță *relațiile economice* (mai ales cele de proprietate), create în decursul procesului de reproducție lărgită, în stadiile: producție, repartiție, schimb și consum.
- *Valabilitatea și aplicabilitatea fenomenelor și proceselor economice* (relația idei – fapte), care determină probarea caracteristicilor de utilitate ale științei economice.
- Integrarea, în elaborarea principiilor economice, a unor *noțiuni-cheie* precum: *lege economică*, *utilitate*, *valoare*, *cost*, *preț*, *profit*, *eficiență*.

Economia este *o știință autonomă*, bazată pe aspecte clar delimitate, conceptual-aplicative și structurale. De aceea, definim această știință ca fiind un agregat complex, format din ansamblul factorilor primari (materiali, financiari, umani) și al

relațiilor dintre aceştia, în complementaritatea lor, în scopul alocării optime a resurselor necesare unui anumit nivel de dezvoltare și pentru orientarea politicii economice la nivel general.

Între obiectivele principale ale științei economice menționăm cel puțin următoarele, acordându-le locul meritat în teorie și practică:

- descoperirea de noi adevăruri despre ceea ce înseamnă realitatea înconjurătoare (alături de alte științe);
- manifestarea unui comportament rațional;
- accentuarea importanței alegerii individuale, respectiv colective;
- studierea aprofundată a raportului *efect / efort*, în scopul unei *duble optimizări*: atât a satisfacției consumatorului, cât și a profiturilor la nivel de firmă;
- evaluarea costurilor alternative;
- elaborarea de principii și norme veridice, pentru justificarea politicilor economice ale statului;
- informarea corespunzătoare asupra caracteristicilor pieței.

Din punct de vedere al posibilităților de structurare, economia se poate studia pe patru componente – și anume:

a) *Microeconomia* scoate în relief cercetarea totalității fenomenelor și proceselor desfășurate la nivelul activității agenților economici primari. Ea tratează elemente legate de deciziile individuale luate asupra unor bunuri particulare.
b) *Mezoeconomia* vizualizează activitatea și realitățile petrecute la nivel de sectoare și ramuri economice, făcând legătura sferei micro- cu cea a economiei naționale.
c) *Macroeconomia* abordează comportamentul unei economii naționale în totalitatea sa. Pilonul său îl reprezintă ansamblul fenomenelor și proceselor din sfera economică, luând în considerare mărimea cumulată a indicatorilor derivați din cei la nivel

micro-. Ca entitate unitară din punct de vedere economic, productiv, tehnic și social, ea accentuează inter-relațiile dintre subsistemele economicului, cercetând cadrul general al realității prin *analize agregate*.

d) *Mondoeconomia* poartă amprenta unei abordări de ansamblu, luând în considerare – în plus față de abordarea sistemică a economiilor naționale privite în totalitatea lor – conceptul de *dezvoltare dinamică și de perspectivă*. Privit ca mișcare esențială a economiei, în cadrul căreia datele problemei și nivelul indicatorilor *se schimbă* la anumite intervale de timp, dinamismul implică noțiunea de *circuit economic mondial*.

Considerând realitatea înconjurătoare prin prisma relației *efort – efect*, știința economică probează măsura în care cunoștințele teoretice dobândite în acest domeniu primesc *sporul de valoare* oferit de pragmatism. Știm, de altfel, că economia nu este susținută *doar* pe pilonii teoriei, oricât de solizi ar fi ei – întrucât, prin ea însăși, este atât *o artă a afacerilor*, cât și *o aplicare a raționalității*.

Din punct de vedere al *instrumentelor* utilizate și al *obiectivelor* propuse, sfera economicului se manifestă pe două *coordonate* (care se împletesc și se completează):

- *Economia pozitivă* se referă la explicații *obiective*, științifice, bazate pe date certe, privind modul de desfășurare a fenomenelor și proceselor luate în considerare. Ea presupune și conștientizează un mod de gândire care valorifică, testează și dovedește valabilitatea elementelor din realitatea imediată sau a fenomenelor și proceselor viitoare.
- *Economia normativă* constă în esența evenimentelor care ar trebui să se producă și se bazează pe judecăți de valoare, pe idei social-filosofice, chiar cultural-religioase. Ea oferă recomandări și face *prescripții* în direcția celei mai bune modalități de

acțiune, emițând, pe această bază, percepte *subiective*.

În afara „zonelor" cunoscute sau posibil de studiat în economie, există și întrebări cărora nu le știm răspunsul; departe de-a ne opri din drum, ele constituie tocmai câmpul de acțiune al elementelor care pot furniza informații pentru studii viitoare în domeniu. Din asemenea motive, *funcțiile științei economice* au în vedere: mai întâi, *latura cognitivă*, de cunoaștere a fenomenelor și proceselor economice; ulterior, *latura aplicativă*, având drept scop primordial satisfacerea trebuințelor umane.

1.2. Metodologia de cercetare în economie

Termenul *metodă* este cunoscut încă din antichitate (la greci și la romani), semnificând drumul, calea urmată sau modul de a proceda, fie în vederea cunoașterii unui obiect, fenomen sau proces, fie în atingerea unui scop. Ideea centrală a oricărei abordări despre metodă este faptul că ea trebuie să aibă o motivație bazată pe rigoare și explicație, spre coerență și claritate. Prin *metoda de cunoaștere economică* înțelegem modul de a cerceta diverse elemente ale sferei la care facem referire, traiectul ce poate fi urmat în studierea fenomenelor și proceselor economice, în vederea descoperirii și dovedirii adevărului. Ea este atât modalitate de acțiune, cât și instrument de cercetare și ansamblu de operații realizate pentru atingerea unui obiectiv propus.

Metodologia (derivând din termenii grecești *methodos* = drum de urmat, metodă – și *logos* = studiu, știință) reprezintă totalitatea metodelor de cercetare folosite de o știință autonomă, cunoscute teoretic și abordate din viziune practică.

Metodele utilizate de economie trebuie să *dispună* de raționalitate, dar, în același timp, trebuie să și *confere* această calitate rezultatelor dobândite. Nu sunt de dorit – cu alte cuvinte – nici generalizările excesive, dar nici referințele stricte,

seci. Trebuie găsită *calea de mijloc*, nepărtinitoare și logică, pentru ca variabilele introduse într-un anumit sistem să dea naștere unor reprezentări concrete, potrivite funcției-obiectiv care analizează realitatea economică.

Studiile în domeniul metodelor de analiză utilizate în economie au adâncit, în timp, importanța unor adevăruri cunoscute sub denumirea *principiilor elementare ale gândirii*:

I. *Principiul identității* (*„A este A")*: Este *obligatoriu și firesc* ca o *aceeași idee concretă* – exprimată la un moment dat – *să-și păstreze nealterat conținutul inițial*, oricât s-ar repeta. Acest postulat se poate realiza, însă, doar prin *respectarea adevărului științific* (delimitând sensul strict al tuturor noțiunilor utilizate), precum și prin luarea în considerare a perspectivei istorice a anumitor termeni.

II. *Principiul contradicției* (*„A și non-A"*): Două afirmații – expuse dintr-un punct de vedere (eventual, de către indivizi diferiți) și în același timp despre un anume conținut – *opuse una alteia, nu pot fi, ambele, adevărate, dar amândouă pot fi false*.

III. *Principiul terțului exclus* (*„A sau non-A"*): Date fiind – în același timp și din același punct de vedere – două afirmații *diferite* despre un același fenomen sau proces*, dacă una din ele este adevărată, înseamnă că cealaltă este, invariabil, falsă* (o a treia posibilitate fiind exclusă).

IV. *Principiul rațiunii (fundamentării)*: Conform lui, pentru ca o noțiune sau o afirmație să fie *reală*, ea trebuie *verificată* de *temeiuri concrete* sau de elemente care să-i poată atesta, fără erori, adevărul și valabilitatea.

Fiecare știință are anumite modalități de cercetare a proceselor pe care baza cărora se întemeiază. S-ar putea argumenta, în acest caz, că nu mai este nevoie de studiul metodelor utilizate de economie, deoarece sunt aceleași cu cele folosite în general. *Nu suntem de acord*, fiindcă, deși parțial adevărată,

afirmația precedentă riscă să fie rapid combătută. Iar noi *nu putem pune semnul egalității între metodele cu caracter general, întrucât fiecare știință – în cazul nostru, economia – are un front bine demarcat de reperele altor domenii*.

Știința economică folosește, așadar, o serie de procedee în cercetarea elementelor care constituie obiectul ei de studiu. Ele sunt, în principiu, metode general valabile, comune tuturor științelor – dar au aspecte particulare, date de propriile delimitări tipologice. Principalele metode cu care se operează în economie au în vedere cele ce urmează:

1) Observarea ne orientează și ajută să la verificarea concluziilor. Ea apare sub două forme: *autoobservare* (în cazul primei etape de analiză a propriei activități) și *observare externă* (orientată asupra mediului). Există mai multe moduri (nivele) de studiu observativ: *depistarea, controlul, observația mecanică* (intermediată de elemente tehnice) ș.a.

2) Ipoteza constituie o presupunere științific fundamentată, despre legăturile endogene dintre diferite noțiuni sau procese.

3) Comparația reprezintă procedeul în virtutea căruia, pe baza unui criteriu unic sau a minimum două variante (idei, soluții, modalități de calcul), se realizează înregistrarea asemănărilor și diferențierilor dintre acestea (cu mențiunea că elementele studiate trebuie privite dintr-un același punct de vedere). Comparația se desfășoară după anumite criterii, în timp și / sau spațiu.

4) Concretizarea nominalizează operația de aplicare a principiilor generale în studiul, interpretarea și explicarea realului.

5) Analogia se referă la găsirea unui anumit număr de asemănări între noțiuni sau procese, în intenția caracterizării accentuate a unor aspecte de bază.

6) Analiza constă în descompunerea logică a unui obiect de studiu în părți componente și în examinarea separată a fiecăreia dintre ele (delimitând esențialul de neesențial). În esență, orice astfel de procedeu se desfășoară respectând câte-

va principii: *de la simplu la complex, de la inferior spre superior, de la nivelul micro- la cel macro-, de la indicatori cantitativi la cei calitativi.*

7) Sinteza reconstituie părţile izolate ale unui întreg, respectiv reincluderea lor într-un sistem anterior constituit. Ea cuprinde, în general, trei etape: observarea, generalizarea şi, în final, verificarea ipotezelor.

8) Inducţia este un procedeu de raţionament care decurge din analiza cazurilor particulare, pentru a ajunge la concluzii general valabile.

9) Deducţia porneşte de la anumite ipoteze (premise, legi), urmând ca prin logică sau pe baza aplicării conceptelor generale, să se poată ajunge la principii derivate, adică la cazuri particulare.

10) Abstracţia ştiinţifică pune accentul (prin metode descriptive, teoretico-aplicative) pe *anumite* laturi ale unui fenomen sau proces, lăsându-le la o parte pe cele cunoscute şi insistând asupra altora.

11) Trecerea de la abstract la concret constă, de fapt, în transformarea principiului în realitate; ea se utilizează în strânsă legătură cu abstracţia şi cu procedeul invers: trecerea de la concret la abstract.

12) Metoda logică se referă la studiul proceselor economice în evoluţia lor naturală, pe linia firească a dezvoltării.

13) Metoda istorică presupune analiza realităţii în modul în care ea a existat şi / sau există (este vorba de aşa-numitul „mers al dezvoltării”).

14) Metodele matematice se referă la diverse modele, calcule economice, elemente de teoria jocurilor – şi se pot constitui în reprezentări statice sau dinamice, micro- sau macroeconomice. De pildă, modelul constituie o reprezentare în formă simplificată a unui proces – în cazul nostru, a unuia de tip economic.

15) Metodele statistice folosesc ca arsenal mijloace variate: tabele, grupări de date, serii ş.a., preluate din surse de specialitate.

16) Experimentul constituie reproducerea artificială sau modificarea intenționată a cursului unui fenomen sau proces economic, în scopul cercetării lui în condiții speciale („observație provocată", în laborator sau în mediul natural). Din cauze legate de unicitatea, complexitatea și rapiditatea schimbărilor din economie, experimentul nu este dorit și, ca urmare, nu se prea realizează în această sferă. Nu putem afirma, totuși, că el este exclus, dar trebuie știut – în plus față de cele anterioare – că presupune teste, prelucrări statistice și alte elemente care, uneori, nu se pot exprima numeric și, deci, nu suportă cuantificări (ori, în economie, ne bazăm mai ales pe exactități).

Caz particular: Caeteris paribus este o expresie (din latina veche) care oglindește metoda prin care se mențin constante toate celelalte variabile ale unei situații, cu excepția celei a cărei influență intenționează a fi studiată.

1.3. Caracterul legic al economiei

Realitatea are o legătură de necontestat cu *legea economică*; într-un cuvânt, de multe ori, se deduce din ea *sau* o generează. Acest tip de lege înseamnă apelarea la elemente intuitive, care permit concluzii verificabile la diferite nivele ale unui sistem. De aceea, noțiunea în sine – *lege economică* – e puternic influențată de termeni precum *oportunitate*, *necesitate* și *valabilitate*. Ea nu e un accident, ci decurge dintr-un proces de *abstractizare*, iar ulterior, prin *observația și analiza* condițiilor care o determină, ia în considerare forțe și influențe *care grevează comportamentul agenților economici pe piață*.

Definim *legile economice* ca fiind totalitatea relațiilor esențiale, general valabile, necesare, repetabile și relativ stabile, create și dezvoltate între fenomenele și procesele economice, în diferite perioade, stadii și condiții de desfășurare. Spre deosebire de legile naturii, cele *economice* au ca specific *implicarea* elementului uman: deși sunt legi obiective, care se manifestă independent de voința oamenilor și nu decurg din conști-

ința lor, conferă posibilitatea cercetării și cunoașterii modului lor de acțiune. Important este că legile economice *nu dictează* (ca alte tipuri de legi), ci *orientează* domeniul căruia i se atașează, iar subiectul economic își exercită deliberat *funcția de putere și interesul*, în raport cu ceea ce el consideră util, *necesar*, *posibil* și *eficace*.

În privința *trăsăturilor generale* ale legilor economice, precizăm că:

- ✐ ele *exprimă tendințe* ale fenomenelor din sfera corespunzătoare (relevă evoluția tendențială a sistemului pe care îl reprezintă);
- ✐ sunt *condiționale* (sunt influențate de factori particulari și de condiții clare), depinzând de aspecte care le motivează conținutul și modul de acțiune;
- ✐ au *caracter normativ*, adică *recomandă* și *conving*;
- ✐ sunt *cauzale*, deoarece vizează fenomene care urmează în timp, implicând noțiunile „antecedență" și „succesiune".

Precum alte legi aparținând științelor sau realității faptice, legile economice au anumite *trăsături specifice*, derivate din însăși existența și aplicabilitatea lor:

- ✓ nu sunt create de om și nu decurg din imaginația acestuia;
- ✓ au o arie de expansiune specifică și bine determinată, desemnând aspecte diferențiate ale sferei economice;
- ✓ acționează în mod deliberat, independent de intenția și voința oamenilor (fie că ei le cunosc sau nu, fie că sunt interesați sau nu de modul lor de exteriorizare); ca atare, elementul uman nu poate crea sau anula legi economice, ele având caracter obiectiv;
- ✓ implică, întotdeauna, o reacție de tip *feed-back* (stimul-răspuns);
- ✓ au caracter istoric: apar și acționează în raport cu epocile sau sistemele pe care le reprezintă, iar con-

ținutul lor nu este dat o dată pentru totdeauna, ci se modifică la apariția unor factori perturbatori; în consecință, validitatea lor se menține atâta timp cât durează condițiile care le-au generat.

Deși sunt expresii *obiective* ale raporturilor din economie și se manifestă ca atare, legile economice *nu anulează orice aspecte de ordin subiectiv*. Ele apar, însă, *în modul în care elementul uman înțelege acțiunea lor obiectivă, aplicându-le în folosul și în interesul propriu.*

Orice lege economică are influență asupra altora, din aceeași sferă. Datorită respectivei intercondiționări s-a formulat *un sistem de legi economice* bine delimitat, care apelează la următoarea clasificare generală:

a) În funcție de *aria de desfășurare*, distingem:
   - legi *mondoeconomice* (la nivelul economiei mondiale): legea diviziunii internaționale a muncii, legea concurenței ș.a.;
   - legi *macroeconomice* (la nivelul economiei naționale): legea cererii, legea ofertei, legea interacțiunii dintre acestea ș.a.;
   - legi *sectoriale și de ramură* (la nivelul componentelor economiei naționale): legea producției, legea repartiției, legea consumului ș.a.;
   - legi *microeconomice* (la nivelul agenților economici): legea diviziunii muncii, legea profitului, legea concurenței ș.a.

b) În raport cu *perioada de valabilitate a acțiunii lor*, există:
   - legi economice *generale*, proprii tuturor tipurilor de sisteme cunoscute în evoluția omenirii: legea rarității, legea acumulării, legea productivității, legea multiplicării și dezvoltării trebuințelor ș.a.;
   - legi economice *comune mai multor sisteme*: legea cererii, legea ofertei, legea concurenței ș.a.;

- legi economice *specifice unui anumit sistem*: legea profitului, legile exprimate în cazul socialismului) ş.a.

c) Conform *legăturilor pe care le intermediază în economie*, deosebim:
   - legi economice care *vizează buna funcţionare a sistemului de referinţă*: legea interacţiunii dintre cerere şi ofertă, legea diviziunii muncii ş.a.;
   - legi economice privind *structura sistemului*: legea dezvoltării echilibrate a ramurilor economiei naţionale, legea diviziunii (internaţionale a) muncii ş.a.;
   - legi economice care *sesizează şi asigură evoluţia sistemului* (de la simplu spre complex şi de la inferior spre superior): legea acumulării, legea multiplicării şi dezvoltării trebuinţelor ş.a.

d) După *natura lor*, diferenţiem:
   - legi economice *cu caracter logic*, care izvorăsc din analiza de tip abstract şi / sau calitativ, depinzând atât de premisele apariţiei lor, cât şi de condiţiile de desfăşurarea ş.a.;
   - legi economice *de tip statistic*, care exprimă regularităţi verificabile şi concretizează atât relaţii funcţionale, cât şi stocastice ş.a.

Starea de echilibru a unui sistem este expresia unui proces bine structurat, produs al selecţiei şi adaptării reciproce a organismului respectiv la mediu. În economie, această constatare este rezultatul legăturilor profunde, esenţiale, general valabile, care sunt *legile economice*. Întreaga evoluţie a sistemului economic constituie un efort continuu de a cunoaşte şi de a de a determina legăturile relativ stabile dintre organismul economic, structura lui funcţională şi factorii externi care îl influenţează (adică *legile economice*). Problema care se pune este, în condiţiile actuale, cea a prevalenţei *necesităţii* sau a *întâmplării* în economie, iar noţiunea de bază în acest cadru este cea de *sistem de referinţă*.

În corelație cu cele anterioare apare termenul *libertate*. El este legat, concret, de binomul *necesitate – întâmplare*, întrucât poate fi privit din două perspective: *libertatea de acțiune* și *libertatea alegerii* (*restrânsă*, însă, în cazul legilor economice). O formă de manifestare a libertății *economice* în acest câmp o constituie învingerea (depășirea) obstacolelor aflate în calea dezvoltării firești, impuse de legile economice. În consecință, în economie, libertatea devine un punct de interferență a două principii: *responsabilitatea socială* și *înțelegerea necesității de asumare a ei*.

Calitatea de om liber este specificată încă în dreptul roman (*status libertatis*), ca aparținând persoanelor neatinse de sclavie. Libertatea *în sine* denotă starea în care o persoană nu este supusă unor elemente coercitive, din voința alteia. Dintr-un astfel de punct de vedere, în știința economică își fac locul următoarele categorii: libertate *manifestă*, respectiv *interioară*; libertate *individuală*, respectiv *colectivă*; libertate *de simțire, de cunoaștere* și *de exprimare*.

Mecanismul economic reprezintă un mod de organizare și de funcționare a realității inerente unui sistem de o asemenea natură. El este alcătuit dintr-un ansamblu complex de pârghii: *economice* (trebuințe, interese, cost, preț, profit ș.a.) și *extraeconomice* (cultură, civilizație, politică, elemente juridice ș.a.). În mod firesc, în orice tip de sistem există o logică bine delimitată a problemelor impuse de propriul mecanism de funcționare. În particular, mecanismul de aplicare a legilor economice presupune *trecerea graduală* prin trei „etape” ale procesului de maturizare a informației:

- *necesitatea obiectivă* a distincției între sensurile activității determinate de legile economice, conform scopului urmat de cercetarea fenomenelor și proceselor corespunzătoare (aspect *teoretic*);
- *posibilitatea obiectivă* a cunoașterii tuturor condițiilor propice desfășurării mecanismului de acțiune a legilor respective, potrivit intereselor fiecărui participant la viața economică (aspect *potențial*);

- ➔ *transformarea posibilităţii în realitate obiectivă* şi trecerea din sfera potenţială în cea *efectivă*.

În raport cu aceste trepte evolutive, mecanismul de funcţionare a legilor economice se sprijină, în întregul lui, pe două componente:

- una *informațională*, reprezentată de sistemul noțiunilor necesar a fi cunoscute (*generale* și *particulare*);
- alta *operațională*, axată pe ansamblul de acțiuni și procedee de transformare a informației, în vederea rezolvării unei probleme.

capitolul 2.
ACTIVITATEA ECONOMICĂ

2.1. Activitatea economică: elemente generice

Activitatea reprezintă o modalitate fundamentală de existență a omului. *În accepțiune largă*, ea constituie *un raport, o relație* între un organism de o anumită natură (economică, socială sau de alt gen) și mediu, elemente între care are loc un consum energetic cu finalitate adaptivă. Activitatea este una de tip *natural*: dacă o raportăm la nevoi și interese, apare ca o activitate *normală, conștientă*; când se referă la însușirea anumitor idei, se transformă în activitate *spirituală*; făcând parte dintr-un cadru normativ, se va transpune în activitate *economico-juridică*.

Clasificarea activităților o facem potrivit unor criterii general acceptate:

I. după *origine*:
   - activități *biologice*;
   - activități *administrativ-juridice și sociale*;
   - activități *intelectuale*;
   - activități *mixte*.

II. după *natura produsului creat*:
   - activități *predominant materiale*;
   - activități *predominant spirituale*.

III. după *legătura cu sistemul legislativ*:
   - activități *legale* (conform legilor);
   - activități *nelegale* (care eludează legea);
   - activități *ilegale* (împotriva legii).

2.1.1. Bunurile economice

Bunurile economice constituie rezultatul activităților depuse de om. Fabricarea bunurilor este condiționată de câteva elemente:

- *Existența unei trebuințe concrete*, care să determine necesitatea de a produce.
- *Accesul la resursele necesare*: Legea economică a rarității se manifestă prin faptul că volumul, structura și calitatea *input*-urilor sporesc mai lent decât dimensiunile nevoilor umane.
- *Capacitatea bunului creat de a se face util.*

Clasificăm bunurile după mai multe criterii:

a) Sub aspectul *caracteristicilor generale*, cunoaștem:
   - bunuri *libere* (aer, deșeuri nerecuperabile, anumite categorii de pământ și de apă – respectiv elemente cu valoare comercială *nulă*);
   - bunuri *comerciale.*

b) După *legătura cu alte bunuri*, remarcăm:
   - bunuri *substituibile* (care pot fi *înlocuite* cu produse având caracteristici asemănătoare);
   - bunuri *complementare* (care se utilizează *alături de* altele);
   - bunuri *concurente.*

c) După *nevoia pe care o acoperă*, există:
   - bunuri *de producție* (*prod-factori*, care servesc creării altor fabricate);
   - bunuri *de satisfacție* (*satisfactori* destinați trebuințelor de consum ale populației).

d) Din punctul de vedere al *relației cerere – venit*, deosebim:
   - bunuri *normale* (marea majoritate a produselor) – a căror cerere C variază în aceeași direcție cu venitul V, deci V↗ → C↗, respectiv V↘ → C↘; sporirea cererii lor este, de obicei, mai mică / mai puțin rapidă decât a cea a disponibilităților

bănești (dar există și bunuri a căror cerere evoluează proporțional cu venitul);

- bunuri *inferioare* (exemplu – bunurile „Giffen”) – în cazul cărora cererea C variază în sens invers cu evoluția venitului V al consumatorului, deci V↗→ C↘, respectiv V↘ → C↗; este situația acelor produse (cu precădere alimente cum sunt cartofii, pâinea, legumele uscate ș.a.) care nu-l mai interesează pe cumpărător atunci când i se amplifică posibilitățile financiare;
- bunuri *superioare* (denotând aspecte calitative ale unor produse de tipul asistenței medicale, cheltuielilor aferente timpului liber ș.a.) – a căror cerere C variază în aceeași direcție cu venitul V, deci V↗ → C↗, respectiv V↘ → C↘; majorarea cererii lor se realizează în mai mare măsură / mai rapid decât cea a disponibilului bănesc.

e) Potrivit *stringenței care determină satisfacerea nevoilor și raportul cu factorul cerere*, diferențiem:
- bunuri *de strictă necesitate* (*prioritare*);
- bunuri *normale* din acest punct de vedere;
- bunuri *de lux*.

Pentru a fi considerat *economic*, un bun trebuie să presupună relații de *cauzalitate*. Facem referire, cu alte cuvinte, la raporturile în care se află oamenii, în legătură cu elemente precum: colectivitatea, bunurile care sunt produse, modalitățile de repartiție și de schimb în privința bunurilor respective, precum și tipologia și factorii consumului (venit, cerere, preferințe ș.a.).

Din perspectivă juridică, bunurile economice sunt *obiect al relațiilor de proprietate*, în orice categorie de sistem (societate). Ele se află în posesia agenților economici (regăsiți în calitate de *subiecți ai proprietății*) – persoane fizice și juridice care, prin natura drepturilor lor, le utilizează și dispun atât de ele, cât și de rezultatele folosirii lor.

2.1.2. Trebuințele și interesele economice

Activitatea este motivată de structurile sferei social-economice. *Motivația* constituie, înainte de toate, o lege generală a dezvoltării și organizării psiho-comportamentale a omului. Ca atare, între cele mai importante subdiviziuni ale ei nominalizăm, pe primul plan, *trebuințele (nevoile)*. Reprezentând forme primare și obiective ale motivației, ele indică trăirea, de către o persoană sau un grup social, a unei *stări de necesitate* în legătură cu un obiect sau proces capabil s-o satisfacă. Necesitățile respective se regăsesc în viața de zi cu zi, în aspirațiile oamenilor, în nevoia lor de a deține noi bunuri, servicii sau informații (corespunzător educației, nivelului cultural, posibilităților materiale ș.a.). Totuși, privite din punctul de vedere al *așteptărilor*, trebuințele au și o latură subiectivă. În concluzie, dacă manifestarea nevoilor este de natură firească, *obiectivă*, modul de conștientizare și mai ales satisfacerea lor au *conotații psiho-subiective*.

Clasificăm trebuințele după nevoile care le motivează:

1) După *natura trebuințelor*, distingem necesități: *somatice* (organice, biologice); *materiale*; *spirituale* (de creație și cunoaștere); *sociale* (de comunicare); *de altă natură*: economice, juridice ș.a.
2) După *subiecți*, deosebim trebuințe determinate de nevoi: *individuale*; *de grup*; *generale* (sociale).
3) După *aria de manifestare*, există trebuințe: *locale*; *regionale*; *naționale*; *multinaționale*; *mondiale*.
4) După *posibilitatea satisfacerii*, distingem trebuințe generate de: necesități *solvabile* (au surse și mijloace reale), *parțial solvabile*, respectiv *insolvabile*.

Indiferent de numărul lor, trebuințele au *caracteristici comune*:

- ✓ presupun prezența unui obiect (proces) care le orientează;

- ✓ conținutul lor se stabilește în funcție de condițiile, de modul de satisfacere și de accesibilitatea la obiectul (procesul) amintit, care le motivează;
- ✓ au caracter ciclic: reapar, la intervale mai reduse sau mai largi de timp;
- ✓ dezvoltarea lor este dependentă de factori socio-istorici (pentru că, de exemplu, elementele ieșite din circuitul valoric nu constituie decât rareori *obiect al nevoilor*).

Așa cum nu se întâlnesc oameni identici, nici nevoile lor nu sunt aceleași: există necesități comune, doar că fiecare individ – prin prisma mediului familial, al (auto)educației, al nivelului de trai, al pregătirii – găsește un alt mod de a le satisface. Unii au și nevoi suplimentare marii mase a populației: aceia care depășesc nivelul obișnuit, *mediu*, având trebuințe elevate. Figura 2.1. denotă rezultanta reală a motivației umane, constituind calea spre înțelegerea fenomenelor și noțiunilor amintite.

Trebuințe spirituale
↑
Trebuințe valorizatoare
↑
Trebuințe sociale
↑
Trebuințe materiale
↑
Trebuințe biologice
↑
Motivație organică

Figura 2.1. Etapele apariției și satisfacerii necesităților umane

Analizând Figura 2.1., realizăm următoarele:

- De regulă, trebuințele organice se acoperă cu prioritate. Firesc, ordinea este dată de principiile*: simplu → complex*, respectiv *inferior → superior*. În plus, nevoia generează consum, iar baza societății de consum este *dezirabilitatea (dorința)*, care implică

satisfacerea *graduală* a trebuințelor individuale și / sau sociale.

- Nu întotdeauna, realizată fiind o anumită nevoie, sunt generate altele (deși, în general, această logică este reală).
- Nu toţi indivizii ajung să aibă necesităţi *de cel mai înalt nivel.*
- Se verifică ideile *cu caracter legic* asupra bunurilor, enunțate de Heinrich H. Gossen în 1854, în relație cu trebuințele și cu utilitatea bunurilor.

I. *Prima lege a lui Gossen*: Pe măsură ce o nevoie este satisfăcută în mod continuu prin consumul unor cantităţi adiţionale de resurse (produse), intensitatea ei, la început mare, descreşte progresiv, până devine nulă. Ca urmare, dacă o senzaţie agreabilă se repetă, gradul şi durata ei scad cu fiecare repetare, până ajung la zero. Corespunzător, se reduce şi utilitatea resurselor (bunurilor) respective, iar în caz extrem se atinge stadiul de *dezutilitate* (trecându-se prin faza de non-utilitate).

II. *A doua lege a lui Gossen*: Un individ obţine maximum de satisfacţie atunci când îşi repartizează venitul disponibil de o asemenea manieră, încât *oricare* unitate a acestuia să-i aducă o aceeaşi mulţumire (deci atunci când utilitatea finală generată de oricare unitate de venit destinată consumului conferă subiectului o satisfacţie de aceeaşi mărime).

În mod concret, nevoile se supun unor elemente *normative*:

- Trebuințele *se multiplică și se diversifică* în timp și spațiu, întrucât, pe de o parte, omul însuși evoluează, iar pe de altă parte, deoarece satisfacerea anumitor nevoi poate fi, în timp, germenele apariției altora (derivare arborescentă).
- În orice sistem economic, *necesitățile umane interacționează* în măsură mai mică sau mai mare (creând relații de tip *feed-back*), influențându-se reciproc și ducând la apariția reacțiilor de concurență, complementaritate, substituibilitate ș.a.
- O anumită trebuință poate fi satisfăcută prin *aportul parțial* al mai multor bunuri (servicii), dar poate

fi vorba și de nevoi a căror realizare presupune *bunuri-substitut*.

- *Limita dezvoltării trebuințelor* este dată de capacitatea reală de a le acoperi (în plus, în cazul general, se știe că resursele sunt în mare majoritate neregenerabile).
- La un moment dat, pentru fiecare subiect economic există un *nivel optim de satisfacere* a unei nevoi, care denotă stingerea ei *cel puțin* o perioadă de timp.

Uneori, *interesul economic rămâne* o expresie a relațiilor de producție pe care chiar el însuși le determină. Ca atare, are caracter istoric, se modifică de la o epocă la alta și se reflectă în scopurile oamenilor. Semnificațiile termenului se lărgesc prin intermediul raporturilor oferite de *sistemul intereselor economice*, în cadrul căruia se accentuează rolul fiecărei componente: de *cauză*, de *impuls*, de *acțiune*. Uneori, baza *interesului* este *starea conflictuală*, alteori *conlucrarea*, iar în unele condiții, principala sursă a intereselor economice o constituie *forma de proprietate*, ca scop de bază al subiecților economici. Este clar, în orice caz, că *interesele economice* sunt influențate și de alți factori: nivelul la care ajunge să se dezvolte societatea, gradul de evoluție în cazul forțelor de producție și al relațiilor economice, calitatea și structura nevoilor, precum și modalitățile și posibilitățile lor de realizare.

Încercând să clasificăm interesele economice, vom face referire doar la două dintre cele mai importante criterii cunoscute:

a) După *aria de extindere*, deosebim: interese *individuale* (private, personale); interese *de grup*; interese *sociale* (colective sau generale).
b) După *subiecții care le reprezintă*, observăm: interese *directe* (nemijlocite); interese *indirecte* (mijlocite de factori exteriori).

Relațiile în care se află oamenii în cadrul activităților economice sunt *raporturi de interese* și, indiferent de specifi-

cul activităților depuse, oamenii urmăresc realizarea propriilor scopuri. Ei caută să-și definească diverse concepte și să-și construiască mijloace adecvate atingerii țelurilor fixate (chiar dacă, sub impulsul intereselor economice, iau naștere, inevitabil, *contradicții*).

2.2. Sistemele economice

2.2.1. Noțiuni de bază privind sistemele economice

Sistemul economic constituie un ansamblu de componente (fenomene, procese, acte ș.a.), între care există legături funcționale complexe, desfășurate în planul mediului înconjurător. De pildă, *la nivel micro-*, sistemul economic reprezintă un *summum* integrat de mijloace de informare, instrumente intelectuale și metode de studiu, cu ajutorul căruia (ca întreg) se desfășoară activitatea de elaborare a strategiei unei firme. Încercând să clasificăm *sistemele economice*, facem apel la cel puțin următoarele criterii:

a) După *modalitățile de comunicare cu mediul*, deosebim:
   - sisteme *închise* (economia naturală);
   - sisteme *ale schimbului direct* (economia de tip capitalist);
   - sisteme *de cooperare* (economia națională, în cadrul căreia activitatea se realizează *în* și *între* agenții economici din diverse sectoare).

b) În raport cu *elemente valorico-normative*, distingem:
   - sisteme *cu comportament normal*;
   - sisteme *atipice – uneori, chiar cu manifestări deviante*, în discordanță cu valorile reale (de exemplu, manifestările concurenței neloiale pe piață: înșelătoria, furtul de licențe, violența, spionajul economic ș.a.).

c) Conform *principiilor care le guvernează*, identificăm:
   - sisteme de *subzistență* (cazul comunei primitive);
   - sisteme *evolutive* (*de performanță*) – confirmând intenția de maximizare a efectelor utile ale producției (cum sunt economiile de piață contemporane).
d) Corespunzător *tipului de societate*, întâlnim:
   - sistemul *gentilic*;
   - sistemul *sclavagist*;
   - sistemul *feudal*;
   - sistemul *capitalist*;
   - sistemul *comunist* (cu prima fază, *socialismul*).

2.2.2. Economia naturală și economia de mărfuri

Pe parcursul evoluției, omenirea a străbătut mai multe sisteme economice. Cronologic, primul dintre ele a fost cel al economiei naturale. Înțelegem prin *economie naturală* acel tip de organizare a producției sociale, în cadrul căruia fiecare producător (individual sau colectiv), precum și comunitatea în ansamblul ei, creează – în cvasitotalitate – bunurile de care au nevoie pentru satisfacerea propriilor trebuințe. Economia naturală este un sistem în interiorul căruia resursele (materiale și umane) și rezultatele producției sunt alocate în strictă corespondență cu utilizatorii lor și în raport cu limitele obiective oferite de realitate. *Schimbul de bunuri contra bunuri* nu este exclus, dar are un caracter local.

Iată principalele particularități ale economiei naturale:

- *centrul activității*: oferit de agricultură (creșterea animalelor, cultivarea plantelor);
- *resursele utilizate*: cu precădere regenerabile (existând în cantități suficiente, la începutul evoluției societății);
- *baza tehnico-materială*: rudimentară;

- *tipul de proprietate asupra mijloacelor de producție și a bunurilor de consum*: predominant comună (ceea ce nu exclude complet anumite elemente aflate în proprietatea privată);
- *diviziunea socială a muncii*: redusă (referitoare la ocupațiile de bază);
- *caracterul economiei*: autarhic (orientat spre consumul personal);
- *dimensiunile producției*: relativ restrânse;
- *eficiența și randamentul*: foarte scăzute;
- *cooperarea între membrii societății*: mai mult sau mai puțin extinsă, în funcție de interese;
- *gradul de centralizare a economiei*: zero.

Economia naturală a caracterizat toate tipurile de sisteme anterioare celui capitalist, însă acest fapt *n-a exclus orice raport de schimb*. Restrângerea granițelor economiei naturale a fost provocată și compensată de apariția și dezvoltarea rapidă a economiei de schimb, în etapa descompunerii civilizației comunei primitive. În paralel cu acest ultim proces s-a accentuat intensificarea meșteșugurilor, comerțului și industriei, iar fenomenul care a marcat desprinderea hotărâtă de rămășițele trecutului a *fost prima revoluție industrială*.

Ca atare, *economia de schimb* reprezintă o formă de organizare și de funcționare a producției sociale, în interiorul căreia agenții economici (autonomi, independenți unul față de celălalt și specializați în fabricarea anumitor produse) creează bunuri în scopul satisfacerii necesităților de consum ale societății, prin intermediul schimbului, pe piață. În urma procesului de vânzare–cumpărare, bunurile respective preiau forma de *marfă*. Adăugăm că într-un asemenea tip de sistem, activitatea actorilor economici își verifică raționalitatea, în măsura în care *piața* dovedește acest lucru, prin noțiunea de *utilitate*.

Funcționarea economiei de schimb se bazează pe legitățile și pârghiile *producției de mărfuri*, concretizată în existența concomitentă a două condiții:

- *Diviziunea socială a muncii și specializarea agenților economici* reprezintă procesul obiectiv de desprindere și diferențiere a producătorilor, de separare a lor în raport cu elementele de sine-stătătoare pe care ei le realizează. Propriu-zis, acest *cumul de acțiuni* vizează împărțirea sferei economiei naționale în sectoare, ramuri, subramuri și domenii de activitate.
- *Autonomia, independența producătorilor* presupune faptul că la baza procesului de fabricație se găsește o anumită formă de proprietate. Ea se axează pe *dreptul de decizie* al subiectului economic, în privința dispoziției asupra unui bun.

Doar privite în condiții de *comutativitate*, cele două condiții precizate determină mecanismul funcționării economiei de schimb. Acest tip de economie a fost urmarea nemijlocită a *modificărilor* petrecute în cadrul civilizației, în decursul timpului.

Cele mai importante *trăsături* ale economiei de schimb sunt următoarele:

1. *centrul activității*: industria și agricultura;
2. *resursele utilizate*: neregenerabile;
3. *baza tehnico-materială*: evoluată (mașini și utilaje perfecționate);
4. *tipul de proprietate asupra mijloacelor de producție și a bunurilor de consum*: predominant privată (neexcluzând proprietatea publică);
5. *diviziunea socială a muncii*: modernă;
6. *caracterul economiei*: deschis, orientat spre schimb (vânzare-cumpărare);
7. *dimensiunile producției*: cuprinzătoare, datorită creșterii consumului;
8. *eficiența și randamentul*: avansate (derivate fiind din progresul tehnic);

9. *cooperarea între membrii societății*: uneori deficitară, datorită intereselor diferite ale agenților economici;
10. *gradul de centralizare a economiei*: mai mult sau mai puțin accentuat, depinzând de influența statului în economie.

2.2.3. Piața – loc de manifestare a schimbului

Dezvoltarea producției de mărfuri se află în strânsă legătură cu noțiunea de *piață*, deoarece aici se realizează *schimbul propriu-zis* de bunuri necesare satisfacerii nevoilor populației. La rândul ei, *piața* se definește în corelație cu elementele care o creează: pe de o parte *subiecții*, iar pe de altă parte *obiectul* ei (bunurile și serviciile). Ea reprezintă un sistem (un ansamblu) de acte și relații de vânzare-cumpărare, desfășurate într-o perioadă de timp și într-un spațiu determinat, permițând și favorizând interdependențele dintre contractanți, dar presupunând rivalitatea acestora și eficiența schimbului.

Piețele se clasifică după criterii cum sunt:

a) După *elementele care fac obiectul schimbului*, există:
   - piața *mărfurilor obișnuite* și piața *serviciilor*;
   - piața *factorilor de producție* (muncă, pământ, capital, informație).
b) După *modul de funcționare*, deosebim:
   - piața *pe care e nevoie de întâlnirea fizică dintre ofertanți și clienți*;
   - piața *pe care nu e necesar acest contact*.
c) După *caracterul produselor*, observăm:
   - piața *bunurilor de producție*;
   - piața *bunurilor de consum* (alimentare și nealimentare).
d) După *numărul participanților la actele de vânzare-cumpărare*, prezentăm următoarele posibilități:

Tabelul 2.1. Categorii de piețe în raport cu numărul agenților economici din ramură

Ofertanți / *Cumpărători*	*Numeroși*	*Puțini*	*Unul singur*
Numeroși	Concurență (perfectă)	Oligopol	Monopol
Puțini	Oligopson	Oligopol bilateral	Monopol contracarat sau contrariat
Unul singur	Monopson	Monopson contracarat sau contrariat	Monopol bilateral

Structura unei piețe descrie comportamentul vânzătorului și al cumpărătorului potențial. Ca atare, *trăsăturile* și totodată *funcțiile ei de bază* au în vedere câteva elemente esențiale:

- Este locul de contact al agenților care realizează schimbul de bunuri.
- Prin categorii proprii ei, piața asigură repartizarea eficientă a resurselor existente și, în final, autoreglarea economiei.
- Ea presupune autonomia de decizie a operatorilor săi, din cel puțin câteva perspective: de conducere, de alocare, a resurselor, de control, de evaluare.
- Piața este locul de manifestare al cererii și ofertei de marfă.
- Ea creează posibilitatea echilibrului pe termen scurt, mediu și lung.
- Prin corelarea raporturilor de producție – repartiție – schimb – consum, piața contribuie la dezvoltarea structurii sistemului pe care îl reprezintă.
- Orice piață se orientează spre desfășurarea de acțiuni specifice. Acest fapt nu exclude implicarea statului, dar nici n-o permanentizează.

2.2.4. Economia de piață contemporană. Subsisteme ale sistemului economic actual.

Economia de piață se caracterizează printr-o complexitate crescută față de economia de schimb, reflectând modul de funcționare a *sistemului pieței*. Agenții economici sunt liberi să producă, să consume, să economisească și să investească, după cum le cer interesele (însă, desigur, conform reglementărilor legale). *Sistemul economiei de piață* reprezintă un ansamblu organic, alcătuit din numeroase subsisteme interdependente: resursele, subiecții economici, piața, mediul înconjurător ș.a. În interiorul economiei de piață, prioritățile în privința managementului, procurării și utilizării prod-factorilor, procesului de producție sunt grevate de raportul cerere-ofertă. În perioada actuală, principalele trăsături ale economiei de piață au în vizor următoarele elemente:

- Acest tip de economie se bazează pe *formula autonomiei* – evidențiată prin intermediul predominanței proprietății private.
- În sistemul economiei de piață, *locul central îl deține agentul economic*, subiect al relațiilor de proprietate, responsabil de acțiunile sale.
- Baza activității este orientată spre *obținerea și maximizarea efectelor economice*, în baza inițiativei economice, dar și a limitelor admise.
- Economia de piață se caracterizează prin *raționalitate*, ceea ce imprimă pe de o parte *eficiență economică*, iar pe de altă parte *satisfacerea trebuințelor populației*.
- Ca sistem de sine-stătător, acest tip de economie se bazează pe *funcționarea corelată a pârghiilor economice* de tipul nevoilor, intereselor, prețului, profitului, salariului, dobânzii, rentei ș.a.
- Se înregistrează *pluralismul centrelor de gestiune și de decizie*.

- *Jocul cerere-ofertă de mărfuri* este propriu economiei de piață.
- *Concurența* reprezintă mijlocul care determină întreprinderile să acționeze și să se supună legilor pieței (inclusiv procedurii de faliment).
- *Relațiile financiar-monetare sunt dezvoltate*, în scopul creșterii performanțelor economice.
- Baza materială a economiei de piață o constituie *tehnica și informația avansată.*
- Deși este un ansamblu descentralizat, economia de piață nu elimină rolul autorității publice, ci acceptă *intervenția indirectă a statului* (în vederea înlăturării insuficiențelor și / sau deficiențelor constatate în funcționarea ei).

Unui sistem economic modern trebuie să-i fie atașat un regim de concurență, bazat pe legitățile cererii și ofertei. Dezideratul urmărit de o astfel de economie este prosperitatea subiecților implicați, în patru direcții: realizarea echilibrului intern, asigurarea echilibrului în raport cu mediul, maximizarea profitului și bunăstarea socială. Totuși, nu orice sistem este capabil să asigure prerogativele anterior precizate. Există o serie de subsisteme care nu numai că nu le asigură, dar le minimizează sau chiar tind să le anuleze. Pentru a trece în revistă *cele mai relevante* tipuri de economie, este necesar să explicăm două concepte esențiale:

1. *Economia de comandă (centralizată, planificată sau de control)* are anumite trăsături:
    - reprezintă un sistem în care *domină proprietatea socialistă* (comună și cooperatistă), prin mijlocirea monopolului asupra funcționării întregii activități economice;
    - presupune o *conducere unitară* („de la centru”), după normele unui plan național unic, care absolutizează rolul statului în cadrul *întregului* (pe baza unui *sistem de comandă* și a directivelor transmise de organele statului);

- este o *economie unipolară* (polul puterii fiind statul);
- *acțiunile puterii publice sunt de tip totalitar*, urmând o triplă axă: ele determină obiectivele economiei, creează mijloacele de atingere a acestora și fixează perioada de realizare a scopurilor.

2. *Economia descentralizată* se poate defini prin câteva trăsături:
   - este un sistem de piață, în cadrul căruia există *centre economice distincte* de producție și de consum;
   - presupune o economie centrată pe rolul *întreprinderii de producție*;
   - motivația activităților statului este *globală și indirectă*;
   - prin organele sale, puterea publică are menirea de a *proteja* sistemul, *respectând logica internă a economiei de piață*.

Nu există o economie de piață perfectă, pentru că întotdeauna, un asemenea sistem economic va avea de luptat cu imperfecțiunile pieței. Totuși, din democrație derivă cea mai reală *formă de guvernare*. Așadar, vom caracteriza cele mai cunoscute *modele ale economiei de piață contemporane*, pentru a scoate în relief puternicul lor impact asupra lumii:

a) Este cât se poate de cunoscută existența *modelului economic renan (german) al economiei sociale de piață*, propriu unor țări precum Germania, Austria, Elveția, Olanda. Mizând pe competitivitate și solidarism, economia socială de piață prevede:
   - amestecul unic de *etatism și liberalism*, de *răspundere și solidaritate*, de *spirit de asociere, instituționalism și individualism*, astfel încât *piața și norma colaborează cu compromisul social*;
   - garantarea de către stat a *protecției sociale*;

- promovarea ideii de *naționalism în politica economico-socială*;
- orientarea spre *acțiuni pe termen lung*.

b) Din „trunchiul german” s-a desprins o „ramură” particulară*: modelul scandinav*, aplicat în țările nordice ale Europei: Suedia, Danemarca, Norvegia, Finlanda. „Rețeta” succesului acestei economii în anii 1965-1975 a fost, se pare, ocuparea cât mai mare a forței de muncă, dublată de o rată moderată a inflației.

c) La fel de cunoscut este *modelul (neo)american*, aplicat în țări precum S.U.A., Canada, Marea Britanie, Australia, Noua Zeelandă și caracterizat prin trăsături precum:
- funcționarea unui *capitalism ultraliberal*;
- *limitarea intervenției statale* („stat minimal”);
- economie proprie *societății de consum*;
- regim de *relativă relaxare fiscală*;
- *permisivitate* în sectorul *migrației forței de muncă*;
- accentul pus pe *termenul scurt* („ziua de azi”) și pe *câștigul prin risc*;
- *privilegiul monetar* – ținând seama de impactul generat în lumea financiară atât de dolarul american, cât și de lira sterlină.

d) *Modelul nipon (japonez)* presupune, în esență, orientarea spre valorile proprii culturii și vieții asiatice, între care amintim originalitatea, morala, onoarea și respectul reciproc. Ca idee de pornire, el prezintă *o umbră de asemănare* cu cel german, deoarece are la bază atât *conștiința în raport cu orice tip de activitate*, cât și *spiritul de echipă*. Trăsăturile modelului nipon au în vedere:
- *stimularea firmelor* de către un *stat interesat de progresul general*;

- *socotirea întreprinderii drept o comunitate* care marchează politica specială de gestionare a personalului (în virtutea „armoniei sociale”);
- *deciziile au caracter de grup*;
- *economisirea – „virtute națională”*;
- *încercarea de compensare a lipsei factorilor naturali cu ambiția și puterea de muncă* (ambele aduse la rang de *normă*).

Din modelele recunoscute pe plan mondial s-au desprins și *forme zonale de economie*. Dintre ele, amintim *economiile sud-vest-europene*, *sud-americane*, *chineză*, respectiv cazul *„tigrilor” asiatici*. Există și *tendințe de creare a unor „tipare” economico-sociale în estul și centrul Europei*, mai ales în Polonia, Ungaria, Cehia, Slovenia și Slovacia, dar și în România sau în Bulgaria, deoarece s-a ajuns la concluzia că nu există alternative *viabile*, comparativ cu trecerea la economia de piață. Desigur, acceptarea în structurile europene și internaționale necesită sacrificii și șocuri, însă în zorii mileniului trei, procesele de transformare a țărilor amintite și a celor din jurul lor sunt evidente.

Luând în considerare tipurile de economie la care am făcut referire în decursul ultimelor pagini, trebuie știut că nu orice model al economiei de piață este indicat pentru o țară și / sau pentru o etapă a dezvoltării. Nepotrivirea respectivă – generată de dezinformare, de exces de zel, de necunoaștere sau de „efectul de imitare” – poate aduce perturbări (mai mult sau mai puțin accentuate) asupra întregului mecanism de funcționare a economiei căreia i se aplică un model de dezvoltare nestudiat în prealabil.

2.3. Proprietatea asupra bunurilor

În general, *proprietatea* apare ca o relație socială care ia naștere în legătură cu însușirea bunurilor, determinând conexiunile sociale, politice și juridice din economie și societate. Corespunzător, *dreptul de proprietate* reprezintă dreptul subiectiv, recunoscut prin lege, de însușire a anumitor bunuri.

Proprietatea însumează ansamblul relațiilor generate de legăturile dintre oameni (*subiecți economici activi*), statornicite în privința însușirii bunurilor de care ei sunt interesați. Aceste raporturi sunt guvernate și delimitate de norme social-juridice specifice fiecărui sistem economic. Ele pot primi un *sens real*, doar dacă presupun exercitarea deplină și efectivă a *atributelor de proprietar* asupra unor bunuri identificabile și comensurabile (determinate de *apropriere* și inițiate de *apartenență*): *posesia, folosința* și *dispoziția*, inclusiv *uzufructul*.

Vorbim aici despre *unitatea* a două *condiții de existență*: *subiecții*, respectiv *obiectul* proprietății – elemente privite *distinct* de către specialiștii în drept civil. Ca raport social-economic, proprietatea se caracterizează prin aceea că:

- reprezintă *aproprierea* (însușirea) *unui bun*;
- subiectul ei – *proprietarul* – își exercită atributele *prin putere proprie și în interes propriu, dar respectând prevederile legii* în sensul posesiunii, utilizării și administrării obiectului proprietății, precum și al culegerii roadelor generate de folosirea bunului (*drept de uzufruct*).

Observăm că:

- ➔ Înstrăinarea *simultană și totală, pe bază de raporturi de echivalență*, a atributelor proprietății, aduce cu sine apariția și manifestarea *relațiilor de vânzare-cumpărare*.
- ➔ În condiții similare, *dar fără a fi vorba de echivalență*, raporturile create se manifestă sub forma *moștenirilor și donațiilor*.

- ➔ În schimb, atunci când e vorba despre *înstrăinarea parțială* a atributelor proprietății (*transferarea* lor, *unul câte unul*), se vorbește despre alte raporturi: *închiriere*, *arendare, locație de gestiune*, *concesionare* (transmiterea *posesiunii și a utilizării*) – sau *uzufruct* (cazul transferului atributului de culegere a roadelor, în urma folosirii unui bun).

În accepțiunea economiștilor, *subiectul* proprietății este reprezentat de persoane fizice și / sau juridice (*agenți economici*). Ele dețin anumite categorii de bunuri în proprietate exclusivă și își exercită drepturile în privința acestora, direct și nemijlocit (prin variate metode, dar supunându-se legilor în vigoare). În mod direct, subiecții relațiilor de proprietate sunt indivizii, luați separat sau incluși în grupuri sociale (începând chiar cu microgrupul familiei), organizații sau societăți, la nivel național și internațional.

Obiectul proprietății îl constituie bunurile materiale și spirituale, existente sub forma unor entități reale, identificabile și în general durabile din punct de vedere economic: mijloace de producție, bunuri de consum, capacitate de muncă, bani, hârtii de valoare, drepturi de autor, brevete de invenții etc.

Când se vorbește despre *dreptul de proprietate privată*, invariabil se pomenesc și *caracterele* acestuia:

- *absolut și inviolabil*;
- *deplin și exclusiv*;
- *perpetuu și transmisibil.*

Comparativ, *caracterele dreptului de proprietate publică* arată că acesta din urmă este:

- ✓ *inalienabil* (bunurile respective nu se pot înstrăina prin transmiterea dreptului de proprietate sau prin alte modalități);
- ✓ *imprescriptibil* (nu se prescrie, conform *Codului civil*, domeniul lucrurilor care nu pot fi obiect al proprietății private);
- ✓ *insesizabil* (bunurile despre care este vorba nu pot fi urmărite de creditorii celor care le stăpânesc).

capitolul 3.
COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI

3.1. Teoria cardinală şi teoria ordinală a utilităţii

3.1.1. Conceptul de marfă

Nu orice bun este marfă; *devine marfă doar acel bun supus procesului de vânzare-cumpărare pe piaţă. Marfa* reprezintă o categorie de bază a economiei de schimb, întrucât este atât *scop* al producţiei, cât şi *finalizare* a ei. Noţiunea este definită *prin prisma a două elemente*: (I) marfa constituie, prin ceea ce presupune, un bun economic util, obţinut în urma unei activităţi; (II) marfa reprezintă un bun rar, care se găseşte în cantităţi insuficiente pe piaţă, pentru a putea satisface în întregime nevoile umane manifestate.

În principiu, mărfurile pot fi clasificate după mai multe criterii:

a) din punct de vedere al *posibilităţii de comercializare*:
   - bunuri-marfă *comerciale* (supuse schimbului propriu-zis);
   - bunuri-marfă *noncomerciale* (care presupun cheltuieli de producţie, dar sunt suportate de societate şi ajung la destinatar în mod gratuit);
   - bunuri-marfă *mixte* (se supun procesului de schimb, însă preţul lor nu se formează doar în funcţie de condiţiile pieţei, ci, uneori, este influenţat de mărimea protecţiei sociale).

b) în funcție de *regimul de import-export*:
  - mărfuri *„liberalizate”* – neafectate de obstacole (ne)tarifare naționale;
  - mărfuri *restricționate* – supuse unor bariere specifice;
  - mărfuri *strategice* – cu export controlat;
  - mărfuri *prohibite* – în cazul cărora importurile și / sau exporturile sunt interzise.

c) din perspectivă *practică*:
  - mărfuri *cu cerere susținută* (vandabile chiar și la prețuri mari);
  - mărfuri în cazul cărora *oferta depășește nivelul cererii* (iar vânzarea, dacă se realizează, se face la prețuri relativ mici);
  - mărfuri *cu cerere fluctuantă* (în raport cu factori numeroși).

3.1.2. Comensurarea utilității

Măsurarea utilității economice se realizează de către consumator. *Acesta* dă sens actului de consum, exprimând raporturile create în vederea satisfacerii nevoilor existente la un moment de timp. Comportamentul consumatorului este descris de următorul proces decizional:

- *Recunoașterea problemei* se bazează pe nevoile individului și pe motivațiile acestuia;
- *Cercetarea informației deținute* depinde de prezența anumitor stimuli, de capacitatea de stocare a datelor, de posibilitățile de studiere și de judecata cumpărătorului-consumator.
- *Evaluarea soluțiilor posibile* se bazează pe atitudinea subiectului, pe convingerile lui privind consumul și, nu în ultimă instanță, pe coerența sa.

Măsurarea utilității bunurilor de către consumator are două repere:

A) Comensurarea cardinală a utilității

În mod obișnuit, un consumator tipic poate măsura utilitatea unei mărfi oarecare, exprimând-o printr-un *număr*. Mai mult, acest bun fiind omogen, individul este capabil să acorde *fiecărei doze a lui* o utilitate mai mare sau mai mică, prin intermediul unui *număr de unități de utilitate*.

De exemplu, pentru *un* consumator (NU pentru masa consumatorilor) se verifică următoarea situație: unui telefon îi corespund 1.000 unități de utilitate; unui televizor color – 800; unui aparat de radio – 400; unui televizor alb-negru – 100. Rezultă că pentru această persoană, utilitatea telefonului este de 10 ori mai mare decât a televizorului alb-negru, de 1,25 ori mai mare decât a televizorului color și de 2,5 ori mai mare decât a radioului.

Într-o asemenea accepțiune, un consumator cedează un anumit număr de unități monetare în schimbul unui bun, atâta timp cât utilitatea marginală a monedei la care el renunță e mai mică decât cea a produsului achiziționat.

B) Comensurarea ordinală a utilității

Teoria ordinală presupune așezarea diferitelor bunuri într-o ordine, în virtutea opțiunii raționale a consumatorului potențial. Ierarhizarea mărfurilor se exprimă *matematic* prin funcția de utilitate care asociază cantităților consumate dintr-un produs, un așa-zis „număr”, inducând, de fapt, un clasament (*o ordine de preferințe*).

Pentru *un* individ (NU pentru toți), pe primul loc în „topul” utilității între aparatele electrocasnice se află televizorul color, pe locul al II-lea cafetiera, pe III – storcătorul de fructe, iar pe IV – mașina de spălat.

3.2. Utilitatea individuală, totală și marginală

Bunurile care îmbracă forma de *marfă* au menirea de a se face folositoare oamenilor. Ca atare, prin *utilitate* înțelegem *proprietatea unui bun economic de a satisface o nevoie, măsurabilă prin capacitatea acelei mărfi de a produce mulțumire celui ce o folosește (consumatorul).* Facem două precizări:

I. Dintr-un punct de vedere, utilitatea *are o determinare obiectivă*, pentru că se bazează pe calitățile reale ale bunului considerat.
II. Din altă perspectivă, *caracterul ei subiectiv* se manifestă prin capacitatea actorului economic de *a aprecia* dacă acel bun (serviciu) e util sau nu – și *cât* reprezintă satisfacția sau dezamăgirea determinate de consumul lui.

Pentru ca un bun economic *să fie util*, trebuie să fie îndeplinite *simultan* următoarele condiții: să existe o *relație* între trăsăturile bunului și o nevoie manifestată; specificul mărfii să fie *cunoscut* de utilizator; omul să aibă *posibilitatea* folosirii bunului. Așadar, putem aborda trei noțiuni specifice:

1) *Utilitatea individuală* (u_i) arată satisfacția indusă prin consumul unei unități *i* din *bunul-reper* X.
2) *Utilitatea totală* (U_T) se referă la cumularea progresivă a utilității unităților adiționale consumate în timp din bunul X, după relația: ($U_T = \sum_{i=1}^{n} u_i$).
3) *Utilitatea marginală* (U_{mg}) este satisfacția rezultată din consumul *ultimei* doze din bunul considerat. $U_{mg} = \frac{\Delta U_T}{\Delta X}$ (unde: ΔU – sporul de utilitate dat de consumul unei doze față de consumul celei precedente; ΔX – sporul cantității consumate din bunul-reper X). Presupunând că raționăm identic în cazul unor cantități infinitezimal de mici din bunul X și că funcția U(X) este continuă și diferențiabilă, utilitatea marginală este derivata funcției de utilitate: $U_{mg} = \frac{dU_T}{dX} = U'_X$.

Teoria utilității marginale reflectă importanța pentru individ a unei *anumite* unități folosite dintr-o marfă (*ultima*). Pe această bază a fost formulată *legea utilității descrescătoare*, care exprimă relațiile esențiale, necesare și generale create de mărimea utilității dozelor succesive ale unităților unui bun. Potrivit ei, *cu cât cantitatea disponibilă din acel bun este mai mare, utilitatea adusă de consumul unităților adiționale este mai mică* (și invers). La baza descreșterii utilității marginale stă evoluția contrară a intensității manifestării unei necesități, în raport cu gradul ei de satisfacere.

Dacă notăm: u_1 – utilitatea primei unități / doze folosite dintr-un bun-reper; u_2 – utilitatea celei de-a doua doze; u_3 – utilitatea dozei a treia ș.a.m.d., până la u_n, deducem că: $u_1 > u_2 > u_3 > ... > u_n$, respectiv că utilitatea marginală maximă se înregistrează în cazul primei unități consumate din bun, *aceea care satisface cea mai presantă (importantă) nevoie*. Pe măsură ce trebuința e acoperită, utilitatea marginală a cantităților suplimentare descrește, până la *punctul de saturație*, așa cum se poate constata din Tabelul 3.1. și Figura 3.2. Comparativ, în Figura 3.1. se observă că, spre deosebire de utilitatea marginală, care scade, *utilitatea totală are tendință inversă, de creștere (cu „rație" tot mai mică)*.

Tabelul 3.1. Utilitatea totală și utilitatea marginală (concretizare)

Nr. unități (i) consumate din produsul X	Utilitatea totală $U_{Ti} = U_{Ti-1} + U_{mgi}$	Utilitatea marginală U_{mgi}
1	100	100
2	190	90
3	260	70
4	300	40
5	320	20
6*	320	0
7**	300	-20

*Pentru doza 6, $U_{mg} = 0$ (unitatea respectivă nu mai prezintă utilitate pentru consumator).

**Consumul dozei 7 provoacă insatisfacție sau *dezutilitate*.

Figurile 3.1. și 3.2. prezintă *curbele utilității totale* și *marginale*.

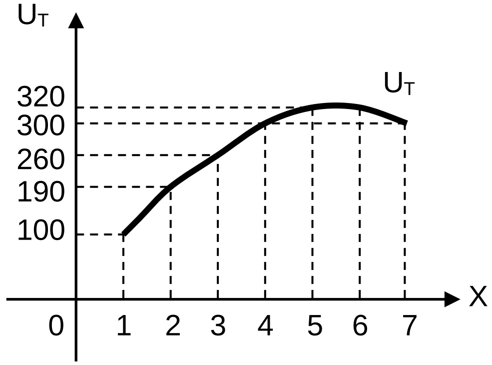


Figura 3.1. Curba utilității totale (U_T)

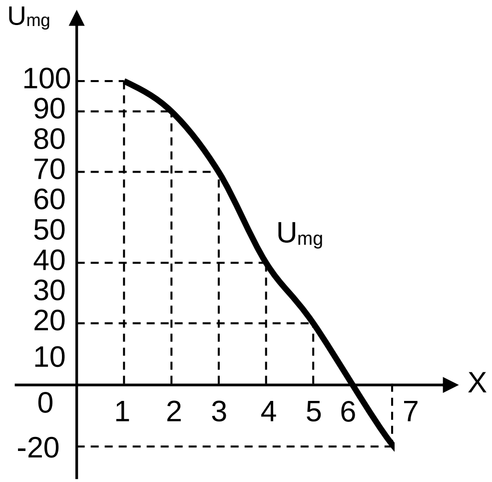


Figura 3.2. Curba utilității marginale (U_{mg})

3.3. Elemente privind calculul economic al consumatorului

Calculul economic al consumatorului, determinat în condiţii de realizare a maximului de satisfacţie şi ţinând seama de *input*-ul aflat la dispoziţia individului, are ca puncte de pornire câteva accepţiuni: bunurile necesare cumpărătorului sunt perfect divizibile; cantităţile disponibile, respectiv folosite, sunt măsurabile numeric; în plus, există restricţii în domeniul venitului utilizabil.

Teoria ordinală a utilităţii are la bază câteva elemente care alcătuiesc *eşafodajul teoriei consumatorului* – şi anume: axiomele alegerii consumatorului raţional, curbele de indiferenţă şi rata marginală de substituţie, alături de *linia bugetului* şi *echilibrul consumatorului*. În cele ce urmează ne vom referi doar la ultimul aspect menţionat, precizând că în adoptarea deciziilor sale, consumatorul *raţional*, dornic să maximizeze efectele utile ale bunurilor consumate, trebuie să ia în considerare două *constrângeri economice*: venitul (bugetul) disponibil şi preţul bunurilor dorite. Faptul se realizează luând drept bază *dreapta (linia) bugetului*.

Pentru a o contura, luăm un exemplu: Fie dat venitul consumatorului, V = 300.000 u.m. Cu această sumă, persoana vrea să cumpere cantităţi diferite (x, respectiv y) din bunurile X şi Y. Cunoaştem preţurile unitare ale lui X şi Y: P_x = 20.000 u.m. şi P_y = 25.000 u.m.

Dacă individul ar dori să cumpere, cu întregul venit V, *doar* bunul X (în cantitatea posibilă), ar putea achiziţiona $\overline{X} = \max \frac{V}{P_X}$ adică 15 unităţi din el (punctul A în Figura 3.3.). Dacă s-ar hotărî *doar* pentru bunul Y, ar cumpăra $\overline{Y} = \max \frac{V}{P_Y}$ adică 12 unităţi din el (punctul B, pe aceeaşi figură).

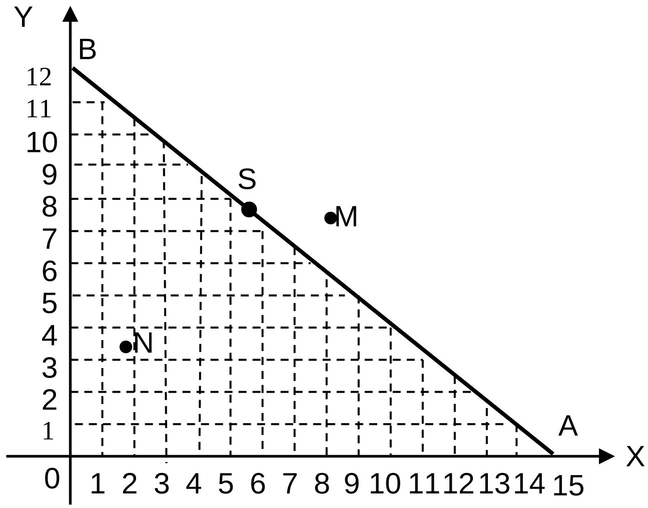


Figura 3.3. Dreapta bugetului

În Figura 3.3., *dreapta bugetului* semnifică *dreapta posibilităților de consum*, iar fiecare punct al ei (de exemplu, A, B și S) reprezintă o combinație de cantități posibil de achiziționat din bunurile X și Y, în condițiile utilizării întregului venit disponibil pentru consum. Panta ei este descendentă, întrucât la achiziționarea unei unități adiționale dintr-un bun trebuie să se renunțe la o cantitate din celălalt.

Față de pozițiile A, B și S, în Figura 3.3. apar și alte puncte cu semnificație economică. Astfel:

- orice punct situat „deasupra” dreptei indică o combinație inaccesibilă (deoarece depășește venitul individului) – de exemplu, punctul M, în care $X_M \cdot P_X + Y_M \cdot P_Y > V$;
- orice punct din triunghiul OAB înseamnă o combinație accesibilă, pentru că respectiva cheltuială este mai mică decât venitul disponibil – de exemplu, punctul N, în care $X_N \cdot P_X + Y_N \cdot P_Y < V$.

Pentru orice consumator există, la un moment dat, *o hartă a curbelor de indiferență* corelată cu *dreapta bugetului*, în modul următor (Figura 3.4.):

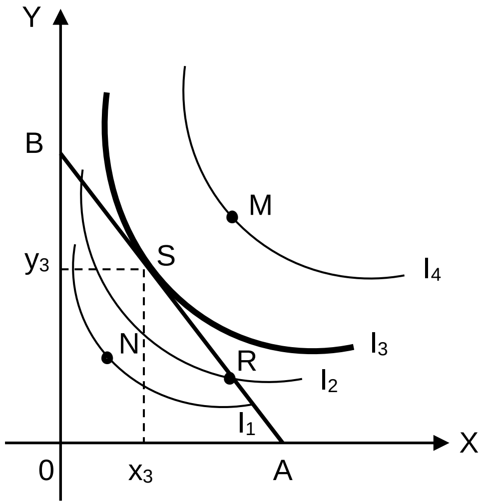


Figura 3.4. Harta de indiferență, dreapta bugetului și posibilitățile de alegere pentru consumatorul rațional

Referitor la Figura 3.4., individul *rațional* nu va exprima alegerea aferentă punctului M (nu pentru că n-ar dori, ci pentru că nu-i ajunge venitul). Similar, deși poate opta pentru varianta N, nu va fi interesat de ea, întrucât pe de o parte nu-și folosește integral bugetul, iar pe de altă parte, mulțumirea lui nu e deplină. Consumatorul *rațional* va opta în final pentru punctul S, în care va găsi *satisfacția maximă posibilă*, deoarece S reprezintă *echilibrul consumatorului* (determinat de „cuplul" cantităților x_3 și y_3 și în egală măsură de curba de indiferență I_3). Firește, individul *poate* alege și soluția R, care se situează pe dreapta bugetului, dar *într-o poziție* care nu denotă decât că mișcarea individului de la S la R echivalează cu mutarea sa pe o altă curbă de indiferență, inferioară (I_2). Deci, dacă ar alege varianta R, satisfacția cumpărătorului ar scădea în raport cu „soluția" S.

Revenind la punctul S, el corespunde *poziției de echilibru a consumatorului* și denotă situația în care *cumpărătorul își maximizează utilitatea totală, în condițiile constrângerii existente din partea venitului disponibil.* Grafic, acest punct este cel în care linia bugetului AB este tangentă la una din curbele de indiferență (aici I_3). Poziția lui S pe harta de indiferență motivează atât definirea *gradului maxim de utilitate* perceput de consumator prin alegerea efectuată, cât și *structura acestui consum*.

capitolul 4.
COMPORTAMENTUL PRODUCĂTORULUI

4.1. Factorii de producție

Factorii de producție (prod-factorii) constituie ansamblul elementelor și condițiilor necesare oricărui proces de fabricație, pentru ca acesta să se desfășoare conform scopurilor sistemului economic pe care-l reprezintă. În consecință, ei sunt considerați drept *resurse* (*intrări* sau *input*-uri) în sistemul respectiv, care urmărește obținerea unor *rezultate* (*ieșiri* sau *output*-uri), așa ca în Figura 4.1.:

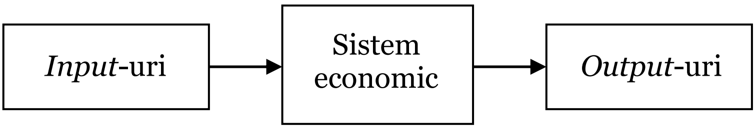


Figura 12.1. Schema *intrărilor* și *ieșirilor* într-un / dintr-un sistem economic

De cele mai multe ori, termenii *factori de producție* și *resurse* se folosesc în contextul amintit ca fiind *foarte apropiați*; totuși, practic, ei nu sunt chiar sinonimi, deoarece noțiunea *resursă* presupune disponibilitatea pentru producție și / sau consum a prod-factorilor. În esență, utilizarea factorilor de producție se realizează în temeiul funcționării întreprinderilor, în cadrul proceselor de fabricație. Din acest punct de vedere, *producția* se definește drept totalitatea operațiilor și activități-

lor ce urmăresc transformarea prod-factorilor în bunuri și servicii destinate consumului.

Factorii de producție se clasifică în virtutea mai multor criterii:

1) După *origine*, prod-factorii pot fi:
   - *primari* – proveniți din natură: pământ, resurse minerale, apă ș.a.;
   - *intermediari* – rezultați din unele procese de producție.
2) După *tipul acțiunii*, prod-factorii sunt:
   - *direcți* – care contribuie nemijlocit la obținerea rezultatelor economice (de exemplu: materiile prime);
   - *indirecți* – a căror influență se regăsește prin intermediul altora.
3) După *capacitatea de divizare*, cunoaștem factori de producție:
   - *divizibili* – cum sunt: apa, energia electrică;
   - *indivizibili*[1] – precum: utilajele, instalațiile.
4) După *posibilitatea de înlocuire*, întâlnim următoarele tipuri de prod-factori:
   - *substituibili* – care se pot înlocui unii cu alții, fără a afecta desfășurarea activităților (de exemplu: capitalul și munca; masele plastice și metalul);
   - *nesubstituibili* – cum este, de exemplu, energia electrică utilizată în funcționarea anumitei aparate.
5) după *gradul și modul de participare la procesul de producție*, factorii sunt:
   - *integral consumabili* (precum: materiile prime, energia electrică);

[1] Divizibilitatea *propriu-zisă* este uneori posibilă, dar împărțirea respectivilor factori în subunități afectează funcționarea întregului – de aceea nu se recomandă, chiar şi acolo unde, tehnic, ar fi realizabilă.

- *parțial consumabili* sau *de stoc* – care contribuie la mai multe acte de producție (de exemplu: utilaje, clădiri).

Cei mai importanți factori de producție sunt: munca, factorul natural (pământul), capitalul, informația, tehnica, managementul și abilitatea întreprinzătorului. În cele ce urmează vom expune, pe scurt, elementele definitorii ale fiecăruia, pentru a avea o privire complexă asupra rolului lor *conjugat* în procesele de fabricație.

a) Munca este un factor *primar* și în *activ* al producției, deoarece asigură înzestrarea acesteia cu bunurile de capital necesare. Ea constituie și un proces social-economic. Eficiența utilizării muncii (calculată la nivelul dat de productivitate) depinde în primă măsură de calitatea *capitalului uman* implicat și de performanțele *capitalului tehnic*, dar și de dimensiunile cantitative ale factorului de producție *muncă*. Dezvoltarea actuală permite observarea următoarelor tendințe în evoluția muncii – privită ca prod-factor: utilizarea tot mai puțin a proceselor manuale și îndreptarea spre cvasi-automatizarea producției; tendința de raționalizare și de economisire a muncii; ameliorarea și creșterea productivității muncii; sporirea proceselor care fac apel la abilități intelectuale și creativitate.

Consumul factorului de producție *muncă* se exprimă atât *fizic* (ca timp de muncă necesar fabricării unui bun), cât și *valoric* (ca sumă cheltuită de agentul economic pentru angajarea acestui factor).

b) Factorul natural cuprinde resurse precum: solul, subsolul, relieful, hidrografia și clima. Principalul lui element constitutiv îl reprezintă *pământul*, care are anumite proprietăți: este nesubstituibil, nereproductibil, limitat ca întindere și imobíl.

Consumul factorului natural se cuantifică din punct de vedere *valoric*, prin suma necesară obținerii, utilizării, respectiv cumpărării sau arendării lui.

c) Capitalul nominalizează totalitatea bunurilor eterogene și reproductibile create prin muncă și folosite în scopul

realizării altor bunuri și servicii destinate vânzării pe piață. Ca *factor de producție derivat*, economia introduce termenul *capital tehnic* (*real*), reprezentat de bunuri de capital. Conceptul desemnează o parte a *capitalului în funcțiune*, participând la realizarea unui circuit care cuprinde:

- etapa de transformare a capitalului lichid al agenților economici în capital real productiv (în care firma cumpără bunuri de capital de pe piață);
- etapa de folosire productivă a capitalului real;
- etapa de transformare a acestuia – deja aflat în componența mărfurilor – în formă bănească, prin vânzarea bunurilor pe piață.

Reluarea la același nivel sau pe scară lărgită a acestui circuit constituie *rotația capitalului*, semnificativă fiind *viteza lui de rotație* – respectiv timpul necesar trecerii prin toate stadiile amintite. Acest ultim indicator este influențat mai ales de tipul și structura capitalului utilizat.

După criteriul modului în care se consumă și se înlocuiesc componentele capitalului tehnic, factorul de producție *capital* se studiază prin intermediul a două mari categorii: capital fix și capital circulant.

I. Capitalul fix este acea parte a capitalului real alcătuită din bunuri și echipamente de folosință îndelungată, caracterizate prin: participare la mai multe cicluri de producție; consumare treptată; înlocuire după multiple utilizări.

În capitalul fix se regăsesc clădiri, construcții, utilaje, echipamente, calculatoare, instalații, mijloace de transport. Consumarea treptată a capitalului fix se concretizează în *uzură*, apărută în urma înregistrării unui proces de depreciere progresivă și cumulativă a caracteristicilor bunurilor de capital.

1. Uzura fizică este determinată de folosirea în timp a elementelor de capital fix și de acțiunea diferiților agenți naturali. Procesul prin care se asigură recuperarea treptată a valorii mijloacelor fixe utilizate în procesul de exploatare – prin includerea acesteia în valoarea bunurilor la a căror fabricație

participă – poartă numele de *amortizare*. Corespunzător, mărimea amortizată din valoarea mijlocului fix amortizabil în decursul unei perioade de timp (an, lună) se numește *amortisment*. Corespunzător uzurii fizice se calculează *cotele de amortizare*, incluse în costul de producție pentru a se putea reconstitui suma necesară înlocuirii capitalului uzat. Recuperarea acestui tip de cheltuieli se face prin prețul de vânzare. În acest mod, practic, nu are loc o pierdere de valoare, ci un *transfer al valorii*.

2. Uzura morală (*involuntară*) este cauzată de progresul tehnic, respectiv de apariția unor utilaje și instalații noi și / sau cu caracteristici tehnologice, funcționale și economice superioare celor existente.

- *Uzura morală de gradul I* intervine atunci când pe piață există bunuri similare – din punct de vedere al randamentului – celor de care dispune agentul economic, dar *mai ieftine*.
- *Uzura morală de gradul II* apare când pe piață există bunuri similare celor deținute de firmă, dar *cu un randament superior*.

II. Capitalul circulant reprezintă acea parte a capitalului real care participă și se consumă integral într-un singur ciclu de producție, necesitând înlocuire la fiecare nou asemenea ciclu. El se concretizează în elemente cum sunt: materii prime, materiale (de bază și auxiliare), combustibil, energie, semifabricate ș.a.

Dacă în cele expuse anterior, capitalul a fost adus în discuție prin prisma modului de consumare și înlocuire a elementelor lui definitorii (și, ca urmare, am studiat componentele fixă și circulantă, el poate fi privit și din alte perspective:

➔ *Capitalul contabil* este format din valori monetare *reprezentând* capitalul tehnic, având în vizor aspecte legate de momentul și necesitatea înlocuirii acestuia (în legătură cu cheltuielile antrenate de plata materiilor prime și materialelor, de amortizare, de cheltuielile pentru protecția mediului ș.a.).

- ➔ Înțeles sub aspectul și cu implicațiile dreptului de proprietate asupra bunurilor, *capitalul juridic* se constituie în elemente patrimoniale de tipul banilor și creanțelor, *nefiind un capital productiv*.

d) Informația este un *semnal* tehnic, economic, psihosocial, transformat în factor de producție prin intermediul cunoașterii. Ea determină avansarea inovării, competitivitatea și eficiența activității unui agent economic – și se referă la: date despre sursele de aprovizionare și furnizori; date privind piața de desfacere și modalitățile de comercializare a mărfurilor; date tehnice, funcționale, economice.

e) Tehnica denumește un prod-factor *activ*, deoarece se referă la resurse tehnologice și operaționale de tipul inovațiilor, brevetelor de invenții, licențelor, proiectelor, programelor ș.a. Concret, utilizarea tehnicii avansate contribuie la progresul generalizat, accentuând latura creativă a omului.

f) Managementul și *abilitatea întreprinzătorului* sunt elemente de bază în asigurarea succesului unei afaceri. Fără ele, actualmente nu se mai poate vorbi nici de evoluția cantitativă a factorilor de producție, nici de cea calitativ-structurală.

4.2. Combinarea și substituția prod-factorilor. Optimul de producție.

A. *Combinarea* reprezintă o modalitate de alăturare (unire) cantitativă, structural-funcțională și calitativă a cel puțin doi asemenea prod-factori, în scopul maximizării efectelor obținute și al minimizării efortului depus de agentul economic utilizator. Orice producător este interesat, deci, să găsească acele combinații de prod-factori care să-i aducă profit. Combinarea – ca problemă de *alegere* – ține seama de *raritatea resurselor* și de posibilitățile *reale* de utilizare a unor prod-factori. În plus, ea vizează respectarea anumitor condiții:

- *adaptabilitatea* – respectiv capacitatea factorilor de producție de a avea sau de a dobândi o structură care să concorde cu mediul;
- *funcționalitatea* – în baza necesității prod-factorilor de a se face utili pentru desfășurarea anumitor procese (activități);
- *divizibilitatea* – adică posibilitatea împărțirii factorilor în elemente omogene, în scopul alocării în producție doar a cantităților cerute;
- *mobilitatea* – în fapt, proprietatea prod-factorilor de a-și schimba locul (poziția), deplasându-se în cadrul unui sistem dat;
- *complementaritatea* – în virtutea însușirii factorilor de producție de a avea un caracter menit să întregească aportul altora;
- *substituibilitatea* – respectiv capacitatea de înlocuire a unuia, mai multor sau tuturor prod-factorilor cu unul sau mai mulți asemenea compuși sau cu părți ale acestora, în ideea păstrării identității funcționale a întregului.

Din această perspectivă, combinarea factorilor de producție se supune criteriilor de *raționalitate economică*. Ea îmbracă numeroase forme de alăturare a prod-factorilor, fapt care face necesară apelarea la conceptul *funcției de producție*.

B. Substituția factorilor de producție reprezintă posibilitatea înlocuirii unei cantități date dintr-un prod-factor (sau chiar a întregului factor) cu o cantitate dată din altul, *cu condiția ca nivelul output*-ului *să rămână constant* și *să se manifeste oportunitatea operațiunii*. Substituția se realizează, *parțial* sau *total*, în două variante: *între componente ale aceluiași factor de producție* și *între factori*.

Presupunând că disponibilul existent dintr-o anumită resursă – considerată materie primă pentru producerea a două bunuri X și Y – este limitat, se poate crea o relație între *input* și produsele respective. Ea se concretizează în Figura 4.1., prin prisma *curbei (frontierei) posibilităților de producție* și evi-

dențiază combinațiile dintre diferite cantități de bunuri X și Y, pe baza disponibilului de resurse.

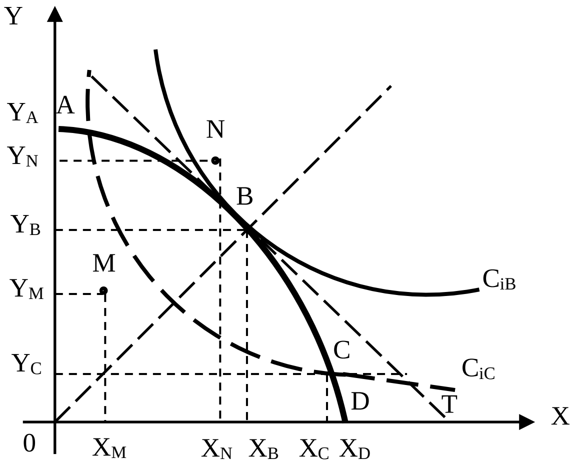


Figura 4.1. Curba (frontiera) posibilităților de producție

unde:
- T – linia de izocost;
- C_{iC}, C_{iB} – curbe de izoproducție.

Referitor la graficul anterior, iată câteva precizări:

1. Cu volumul fix de materie primă disponibilă se poate fabrica fie doar bunul X (în cantitatea X_D pe axa O_X), fie doar Y (în cantitatea Y_A pe axa O_Y).
2. Cu același disponibil se pot produce, însă, cantități mai reduse din ambele bunuri, ca de exemplu X_B și Y_B (combinație reflectată pe grafic de punctul B) sau X_C și Y_C (punctul C pe același grafic).
3. Curba A-D (pe parcursul ABCD) poartă *numele frontierei posibilităților de producție*. Ea indică toate combinațiile de bunuri care *pot* fi produse în condițiile consumului *integral* de resurse.
4. Fiind dată curba AD, observăm că ea se intersectează cu C_{iB} – curba de izoproducție corespunzătoa-

re – în punctul B (B aparţinând, deci, lui AD, tangentei acesteia T – de fapt, linia de izocost – dar şi lui C_{iB}). Curba de izoproducţie C_{iB} este cea mai înaltă dintre cele accesibile (între acestea din urmă numărându-se şi C_{iC} – inferioară lui C_{iB} – care oferă, însă, un nivel mai redus al *output*-ului şi implicit, al satisfacţiei). Ca urmare, punctul B semnifică *eficienţa în sens paretian*, a celei mai bune alegeri realizate.

5. Raţionamentul anterior nu elimină, însă – automat – alte variante de producţie, care să facă apel la următoarele ipoteze:
   a) *Folosirea parţială a resurselor existente* generează, teoretic orice posibilitate de alegere din interiorul zonei AOD. Totuşi, un punct M, de coordonate x_M şi y_M, reflectă ineficienţa utilizării disponibilului sau alocarea lui neoportună.
   b) *Intenţia de a realiza o combinaţie de tip N* (de coordonate x_N şi y_N) nu este materializată, deoarece resursele disponibile nu ajung. Oferta de materii prime este, însă, fixă, deci creşterea eventuală a producţiei are la bază doar modernizări tehnice.

Curba posibilităţilor de producţie evidenţiază apelul la trei noţiuni:

- ➔ *raritate* – care rezultă din conştientizarea imposibilităţii realizării combinaţiilor de tip N din Figura 4.1.;
- ➔ *alegere* – care se deduce din opţiunea între combinaţiile A, B, C şi D;
- ➔ *cost de oportunitate*[2] – care marchează faptul că, pentru a se obţine mai mult dintr-un bun X, trebuie să se renunţe la o anumită cantitate dintr-un altul, de tip Y.

[2] Noţiunea *cost de oportunitate* va fi abordată în capitolul 7.

În practică, volumul producției realizate se încadrează, de obicei, în *interiorul zonei AOD* din Figura 4.1., fapt relevând utilizarea incompletă a prod-factorilor, că urmare a influenței mai multor elemente:

- apariția unor noi tehnologii, care nu sunt puse imediat în aplicare;
- diversificarea și multiplicarea în timp a necesităților umane;
- deficiențele de management;
- considerente sociale.

4.3. Productivitatea factorilor de producție

Productivitatea vizează randamentul cu care sunt avansați, substituiți, combinați și utilizați factorii de producție. Ea relevă modul de exprimare a eficienței consumării prod-factorilor, deoarece urmărește – ca formă de optimizare – realizarea maximului de efect posibil, prin folosirea unui minim de resurse. Privită astfel, productivitatea reprezintă o manieră de cuantificare a rezultatelor la nivel micro-, mezo- și macroeconomic, fiind un instrument de comparație foarte util.

Ea se calculează fie ca raport *efect / efort*, relevând volumul *output*-ului realizat pe unitatea de *input* (productivitatea muncii W_L, exprimată prin raportul $\frac{Q}{T}$, arată cantitatea de producție obținută în unitatea de timp) – sau ca raport *efort / efect*, cuantificând volumul de *intrări* necesar pentru crearea unei unități de *ieșiri* (aceeași W_L se poate calcula prin raportul $\frac{T}{Q}$, arătând timpul necesar fabricării unui produs).

Productivitatea se clasifică astfel:

a) după *sfera de cuantificare*:
   - productivitatea *muncii*;
   - productivitatea *capitalului*;
   - productivitatea *factorului natural* (pământ).

b) după *factorii de producție implicați în calculul ei*:
   - productivitate *globală* (expresie agregată a eficienței întregii game de prod-factori utilizați la realizarea unui *output*);
   - productivitate *parțială* (a muncii, capitalului, pământului).
   - după delimitările oferite de *diviziunea muncii*: productivitate *în industrie* / *în agricultură* / *în comerț* / *în transporturi* / *în construcții* / *în turism*.

c) după *tipul de comensurare*:
   - productivitate *fizică* (exprimată în unități fizice sau natural-convenționale);
   - productivitate *valorică* (măsurată în unități valorice).

Factorii care influențează productivitatea sunt de mai multe tipuri:

- *naturali*: clima, calitatea factorilor de producție, rodnicia solului;
- *tehnici*: tehnologia cât mai avansată, gradul de automatizare, nivelul de informatizare;
- *economici*: modul de organizare a producției, managementul, forma de salarizare;
- *social-psihologici*: satisfacțiile morale, adaptarea la condițiile de mediu, abilitatea întreprinzătorului, motivația deținerii factorilor de producție.

Aprecierea oportunității unei activități se face – *clasic* – prin intermediul productivității. O mare importanță o are *dinamica* acestui indicator, privită prin prisma *indicelui productivității*:

$$I_W = \frac{W_1}{W_0} \cdot 100$$

unde:

- W_1 – productivitatea în perioada curentă;
- W_0 – productivitatea în perioada de bază.

Important:
- ✐ când $I_W > 1$ sau $I_W > 100\%$, înseamnă că productivitatea a crescut în raport cu un moment de referință;
- ✐ când $I_W = 1$ sau $I_W = 100\%$, ea a rămas constantă;
- ✐ când $I_W < 1$ sau $I_W < 100\%$, reiese că ea a scăzut în perioada aferentă.

Consecințele sporirii productivității, la nivel de agent individual sau la scara economiei naționale, au în vedere trei dimensiuni – *producția*, *nivelul ocupării* și *consumul* – și corespund următoarelor *efecte*:

a) *pozitive* (majoritare): economii obținute prin evitarea utilizării la maxim a resurselor disponibile; reducerea costurilor unitare de producție; creșterea salariului nominal; sporirea profitului; mai buna organizare a fabricației și a muncii; îmbunătățirea performanțelor firmelor; stimulente materiale și morale.

b) *negative* – mult mai puține, dar referitoare la un factor decisiv: majorarea ratei șomajului.

Productivitatea factorilor de producție se calculează astfel:

I. Productivitatea medie:

$$\bar{W} = \frac{Q}{FP} \text{ (efect / efort)} \qquad \text{sau} \quad \bar{W} = \frac{FP}{Q} \text{ (efort / efect)}$$

unde:
- Q – volumul producției;
- FP – un factor de producție.

- *Exemplu: Productivitatea medie a muncii*:

$$\bar{W}_L = \frac{Q}{L} \qquad \text{sau} \qquad \bar{W}_L = \frac{L}{Q}$$

$$\text{dar și} \qquad \bar{W}_L = \frac{Q}{T} \qquad \text{sau} \qquad \bar{W}_L = \frac{T}{Q}$$

unde:
- L – numărul lucrătorilor;
- T – timpul.

II. *Productivitatea marginală (având la bază sporul de producție determinat de creșterea cu o unitate a cantității utilizate dintr-un prod-factor)*

- *Exemplu: Productivitatea marginală a muncii*:

$$W_{mgL} = \frac{\Delta Q}{\Delta L} \quad \text{sau} \quad W_{mgL} = \frac{\Delta L}{\Delta Q}$$

Referindu-ne detaliat la *productivitatea muncii*, o definim ca pe un *indicator sintetic* al eficienței economice (calculat atât din perspectivă cantitativă, cât și calitativă), exprimând capacitatea de realizare – cu un efort de muncă predeterminat – a unui anumit volum de producție.

Clasificăm productivitatea muncii astfel:

a) după *modul de exprimare a cheltuielilor cu munca*:
   - productivitate *orară* a muncii;
   - productivitate *zilnică* a muncii;
   - productivitate *lunară* a muncii;
   - productivitate *anuală* a muncii.

b) după *modul de cuprindere a rezultatelor producției și a cheltuielilor cu munca*:
   - productivitatea muncii *pe lucrător*;
   - productivitatea muncii *pe echipă*;
   - productivitatea muncii *pe secție*;
   - productivitatea muncii *pe agent economic*;
   - productivitatea muncii *în ramură*;
   - productivitatea muncii *în sector*;
   - productivitatea muncii *în economia națională*.

Legea economică a creșterii productivității muncii este valorificată în intenția sporirii rodniciei muncii, ca urmare a unor factori *de accelerare* (așa cum este progresul tehnic). Ea se referă la două genuri de considerente:

✓ fie la procesul obținerii aceluiași volum de *output*, în condițiile depunerii unui efort mai mic;

- ✓ fie la generarea unui cuantum majorat de efecte, cu o cheltuială identică de muncă.

Indiferent de forma de exprimare, creşterea productivităţii muncii se referă la finalitatea intenţiei de *economisire a resurselor*. În plus, ea ține seama și de respectarea principiilor de *raționalitate* şi *obiectivitate*, în condiţiile obţinerii unor rezultate superioare în orice activitate.

Principalele căi de creştere a productivităţii muncii au în vedere:

- intensificarea introducerii în fabricație a tehnologiilor care fac apel la elementele de progres în domeniu;
- creșterea și modernizarea capacităților de producție;
- îmbunătățirea calității lucrătorilor;
- tipul de conducere;
- stimulentele acordate angajaților.

capitolul 5.
CEREREA, OFERTA ȘI ECHILIBRUL PE PIAȚA BUNURILOR ȘI SERVICIILOR

5.1. Cererea

În sens general, *cererea* semnifică expresia nevoilor *solvabile* ale subiecților economici, privite prin intermediul cantității dorite de aceștia. Ea reprezintă cantitatea dintr-un bun dorit, care poate fi achiziționată pe o piață, într-o perioadă de timp, la un preț dat, de către unul sau mai mulți subiecți. Cererea exprimă raporturi referitoare pe de o parte la cantitatea maximă dintr-un bun, ce poate fi achiziționată la un preț dat – iar pe de altă parte la prețul maxim care se poate achita pentru cumpărarea unui anumit volum dintr-o marfă. Ea este determinată de mai mulți *factori de influență*:

1. *prețul mărfii* (P):
   a) *la bunurile normale și la cele superioare*, orice creștere a prețului P provoacă o scădere a cererii C – și invers (relația de dependență este negativă, astfel încât P↗ → C↘, respectiv P↘ → C↗).

Excepții: *bunurile inferioare* – care satisfac *paradoxul Giffen* – arată că mărimea cererii se modifică în același sens cu evoluția prețului (P↗ → C↗, respectiv P↘ → C↘); *bunurile care denotă prestigiu* (pietre prețioase, blănuri ș.a.): persoanele implicate devin exponenți ai cererii *tocmai* pentru că marfa respectivă are un preț ridicat; situația în care *fenomenul de creștere a prețului se bazează pe îmbunătățirea calității bunului.*

2. *venitul consumatorului* (V): în cazul *bunurilor normale și al celor superioare*, creșterea venitului antrenează sporirea cantității cerute – și invers (V↗→ C↗, respectiv V↘ → C↘); pentru *bunurile inferioare*, între venit și cantitatea cerută există o relație negativă sau inversă (V↘ → C↗, respectiv V↗→ C↘).
3. *prețul bunurilor substituibile* (P_s): în general, sporirea prețului produsului dorit îl face pe individ să caute înlocuitori (și invers);
4. *prețul bunurilor complementare* (P_c): sporirea prețului mărfii dorite duce la scăderea cererii pentru o alta, cu care ea se află în legătură – și invers;
5. *alți factori* (Af)*: numărul cumpărătorilor*; *gusturile și preferințele personale*; *reclama comercială*; *marca fabricii*; *nivelul precedent al consumului.*

Astfel, funcţia cererii pentru un bun este: C = f (P, V, P_s, P_c , Af). Cele mai importante structuri ale cererii sunt date, însă, de funcțiile C = f(P) și C = f(V). Iar *legea economică a cererii* afirmă:

- *Cantitatea cerută dintr-un bun normal scade pe măsură ce prețul lui creşte – și invers, în ipoteza în care ceilalți factori ai pieței rămân neschimbați* (relația dintre preț și cantitatea cerută este *negativă*, dovedind raportul de sens opus *dintre volumul de marfă pe care indivizii sunt dispuși să-l achiziționeze* și *preț*: P↘ → C↗, respectiv P↗ → C↘).
- *Cantitatea cerută dintr-un bun inferior creşte pe măsură ce prețul lui sporește – și invers, în ipoteza în care ceilalți factori ai pieței rămân neschimbați* (relația dintre preț și cantitatea cerută este *pozitivă*, dovedind raportul direct dintre volumul de marfă pe care indivizii sunt dispuși să-l achiziționeze și prețul necesar pentru a-l obține: P↗ → C↗, respectiv P↘ → C↘).

Totalitatea raporturilor determinate între preț și cantitatea cerută poartă numele de *barem al cererii* și presupune abordarea din Tabelul 5.1.:

Tabelul 5.1. Baremul cererii (*corespunzător funcției Q_c = 1.000 – 4·P)

Alternativa de achiziție	Prețul unitar P ($)	Cantitatea cerută din bunul normal X: Q_c (buc.)*
A	230	80
B	220	120
C	200	200
D	150	400
E	100	600

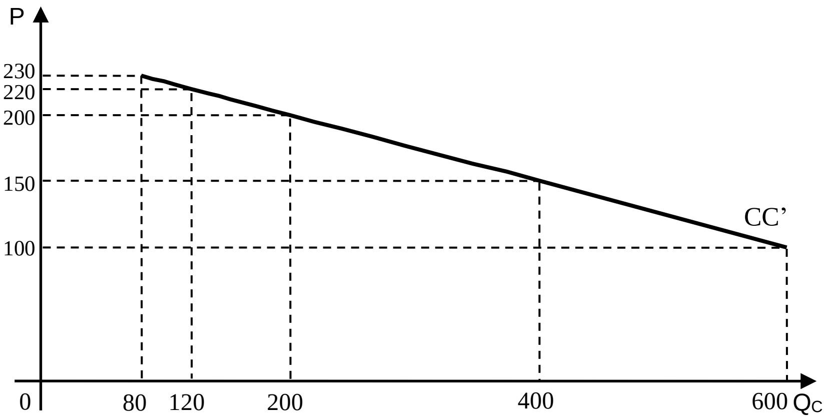


Figura 5.1. Curba cererii pentru un bun normal (particularizare)

Unind punctele de confluență din Figura 5.1. (fiecare din ele reprezentând cantitatea cerută din bunul normal X, pe care consumatorii sunt dispuși s-o achiziționeze la un anumit preț), obținem o linie continuă, notată CC' și numită *curba cererii.* Orice punct al ei constituie câte o combinație posibilă între nivelul prețului P și cel al volumului Q_c cerut din marfa respectivă, la un anumit moment de timp. Se observă că pentru un bun normal, *înclinația* curbei CC' este de la NV la SE, pentru că este firesc ca, atunci când prețul scade, cantitatea cerută să sporească. Pe de altă parte, reducerea de preț aduce

noi cumpărători, care înainte de ieftinirea bunului nu-și permiteau achiziția lui în volumul dorit.

Referindu-ne la relația dintre bugetul consumatorului și cuantumul cererii de consum, ea poate fi relevată, comparativ, prin *curba lui Engel* (Figura 5.2.).

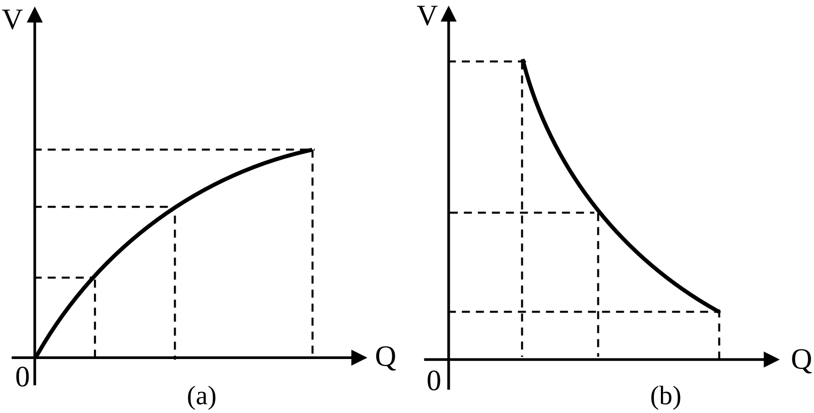


Figura 5.2. Curba lui Engel pentru bunurile normale şi superioare (a), respectiv pentru cele inferioare (b)

În Figura 5.2., observăm că fiecare punct al curbei respective semnifică o poziție de echilibru a consumatorului, care – la rândul ei – oglindește alegerea optimă a cantității cerute, în condițiile venitului disponibil la un moment dat.

Pe principii similare celor expuse în cazul variației venitului consumatorului se studiază și *incidența altor variabile de influență* asupra *poziției curbei cererii* (prețul produselor substituibile / complementare, preferințele cumpărătorului, numărul consumatorilor ș.a.). Nu trebuie însă uitat faptul că atât insuficiența cererii, cât și depășirea de către ea a ofertei, au urmări negative asupra echilibrului pieței.

Elasticitatea (termen având la origini conceptul similar din fizică) este o noțiune des utilizată în teoria economică la cercetarea comportamentului unei variabile, în urma schimbării caracteristicilor unui factor de influență. În general, *elasticitatea* se definește urmărind reacția (sensibilitatea) relativă a

unei variabile dependente (X), la modificarea relativă a alteia independente (Y):

$$Ke_{X/Y} = \frac{\frac{\Delta X}{X_0}}{\frac{\Delta Y}{Y_0}} = \frac{\Delta X}{X_0} \cdot \frac{Y_0}{\Delta Y}$$

Concret, *elasticitatea cererii* reprezintă reacția relativă a cererii pentru un bun (variabila dependentă), în urma modificării relative a unui factor de influență (variabila independentă). Ea exprimă *procentual* sensibilitatea cererii, atunci când mărimea factorului respectiv crește sau scade cu 1%.

Elasticitatea directă

Elasticitatea cererii în funcție de preț este dată de raportul dintre modificarea relativă a cantității solicitate dintr-o marfă și modificarea relativă a prețului acesteia, arătând câte procente de variație a cererii (majorare, respectiv reducere) revin unui procent de modificare a prețului (scădere, respectiv creștere). Altfel spus, acest indicator exprimă cu câte procente se modifică cererea pentru bunul în cauză, la schimbarea cu 1%, într-un sens sau altul, a prețului lui. Calculăm *coeficientul de elasticitate a cererii în funcție de preț* pentru *bunurile normale*:

$$Ke_{C/P} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q_0}}{(-\frac{\Delta P}{P_0})} = \frac{\Delta Q}{Q_0} : (-\frac{\Delta P}{P_0}) = \frac{\Delta Q}{Q_0} \cdot (-\frac{P_0}{\Delta P}) = \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} \cdot (-\frac{P_0}{P_1 - P_0})$$

Notațiile utilizate în relația precedentă:

- Q_0 – cantitatea cerută pentru început din marfa dorită (variabilă dependentă);
- Q_1 – cantitatea cerută din bunul considerat, în perioada curentă;
- P_0 – prețul inițial al bunului respectiv (variabilă independentă);
- P_1 – prețul la același moment de timp;
- ΔQ – variația cererii, ca răspuns la modificarea survenită în mărimea prețului;
- ΔP – variația prețului produsului, de la o perioadă de timp la alta.

În raport cu *mărimea coeficientului de elasticitate a cererii față de prețul bunului cumpărat* ($Ke_{C/P}$), dar și cu *alura curbei cererii*, distingem:

I) *Cererile tipice (normale)*: sunt proprii situațiilor în care $Ke_{C/P}$ se determină pe baza raportului invers creat între variabilele *preț* și *cantitate cerută* (P↘ → C↗, respectiv P↗ → C↘): *cererea cu elasticitate ridicată; cererea cu elasticitate unitară (unitar elastică)*; *cererea cu elasticitate redusă (cererea slab elastică* sau – după unele opinii – *cererea inelastică).*

II) *Cererile particulare (extreme)*: *cererea cu elasticitate infinită (cererea perfect elastică)*; *cererea cu elasticitate zero (cererea perfect inelastică).*

III) *Cererile atipice (anormale)*: apar în situația bunurilor inferioare (de tip „Giffen"), dar și atunci când mărfurile dorite se cumpără pentru satisfacerea vanității sau din snobism (cazuri în care P↗ → C↗, respectiv P↘ → C↘), astfel încât $Ke_{C/P} < 0$.

Elasticitatea cererii în funcție de venit este dată de raportul dintre modificarea relativă a cantității solicitate dintr-o marfă și modificarea relativă a venitului consumatorului, arătând câte procente de variație a cererii (majorare, respectiv reducere) revin unui procent de modificare a venitului (creștere, respectiv scădere). Altfel spus, acest indicator exprimă cu câte procente se modifică cererea pentru bunul în cauză, la schimbarea cu 1%, într-un sens sau altul, a venitului disponibil al cumpărătorului. Calculăm *coeficientul de elasticitate a cererii de consum în funcție de venit*, valabil în cazul *bunurilor normale și superioare*:

$$Ke_{C/V} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q_0}}{\frac{\Delta V}{V_0}} = \frac{\Delta Q}{Q_0} : \frac{\Delta V}{V_0} = \frac{\Delta Q}{Q_0} \cdot \frac{V_0}{\Delta V} = \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} \cdot \frac{V_0}{V_1 - V_0}$$

Notațiile utilizate în relația precedentă:
- Q_0 – cantitatea cerută pentru început din marfa dorită (variabilă dependentă);
- Q_1 – cantitatea cerută din bunul considerat, în perioada curentă;
- V_0 – venitul inițial al consumatorului (variabilă independentă);
- V_1 – venitul la același moment de timp;
- ΔQ – variația cererii, ca răspuns la modificarea survenită în mărimea venitului;
- ΔV – variația venitului individului, de la o perioadă de timp la alta.

5.2. Oferta

În termeni generici, *oferta* constituie cantitatea maximă dintr-un anumit bun economic, pe care un vânzător o aduce pe piață într-o perioadă determinată de timp și la un anumit preț, în scopul comercializării. Ea poate fi categorisită astfel:

a) din punct de vedere al *subiectului* ei: ofertă *din partea unui agent economic*; ofertă *din partea tuturor producătorilor (vânzătorilor)*.
b) din punct de vedere al *naturii mărfii*: ofertă *pentru bunuri independente (nesubstituibile și necomplementare)*; *pentru bunuri substituibile* (de exemplu, unt – margarină); *pentru bunuri complementare* (de pildă, stilou – cerneală); *derivată* (oferta de cașcaval, în funcție de cea pentru lapte); *mixtă* (când mai multe bunuri satisfac aceeași cerere, așa cum se întâmplă cu zahărul, mierea, zaharina ş.a.).
c) din punct de vedere al *perioadei de timp*: ofertă *instantanee* sau *ultrascurtă* (care nu se modifică decât în limita stocului existent); *pe timp scurt* (situație în care *output*-ul se raportează la capacitatea de fabricație); *pe timp îndelungat* (având în perspectivă îmbunătățirea tehnicii și / sau creșterea posibilităților de producție).

Oferta din partea unui agent economic este determinată de o serie de *factori*:

1. *prețul produsului* (P) – care se află, în general, în relație directă cu volumul ofertei (O): orice creștere a lui P provoacă o majorare a cantității aduse pe piață – și invers (relația de dependență este pozitivă, astfel încât P↗ → O↗, respectiv P↘ → O↘).

Există şi excepţii de la această „regulă”, între care iată câteva:

- cazul în care *se anticipează creşteri de preţ* (celelalte condiţii ale pieţei rămânând constante) – care determină reducerea ofertei în scop speculativ;
- exemplul *bunurilor perisabile*, a căror ofertă se menţine pentru a evita pierderile;
- situaţia în care *marfa în cauză este singura sursă de venit a producătorului (vânzătorului)*, motiv pentru care el este nevoit s-o ofere chiar şi la un preţ mai mic.

2. *venitul producătorului / al comerciantului* (V): se află în raport pozitiv cu mărimea ofertei (V↗ → O↗, respectiv V↘ → O↘);
3. *costul de producție* (C_p): între cele două variabile se stabilește o relație negativă: C_p↘→ O↗, respectiv C_p↗ → O↘;
4. *prețurile factorilor de producție* (P_{fp}): sunt în dependență inversă cu volumul ofertei;
5. *prețul altor bunuri* (P_a): în general, când prețul produsului X scade, oferta aferentă se diminuează, dar se creează resurse suplimentare pentru o altă marfă Y (fabricată de același agent economic), a cărei ofertă va putea crește – şi invers;
6. *alți factori* (Af)*: numărul producătorilor (vânzătorilor) unui bun*; *posibilitatea creării de stocuri și costul acestora*; tipul de *management*; *nivelul tehnicii utilizate*; *fiscalitatea* .

Funcția ofertei unui bun este de tipul: C = f (P, V, C_p, P_{fp} , P_a, Af). Cele mai importante structuri ale ofertei sunt date, însă, de funcțiile C = f(P) și C = f(V). Realismul impactului avut

de funcția ofertei în raport cu prețul a fost ilustrat chiar prin formularea *legii economice a ofertei*, care afirmă:

✐ *Cantitatea oferită dintr-o marfă considerată bun normal sau superior se majorează pe măsură ce prețul ei crește – și invers, în ipoteza în care ceilalți factori ai pieței rămân nemodificați* (relația dintre preț și cantitatea oferită este în general *pozitivă*, dovedind raportul direct dintre schimbarea prețului și cantitatea de bun vândută: P↗ → O↗, respectiv P↘ → O↘).

Excepție de la legea ofertei fac unele situații atipice:

- când bunul nu se poate stoca (menținerea prețului ridicat ar antrena pierderi determinate de nevânzarea mărfii), oferta va spori sau va rămâne constantă;
- când producția este singura sursă de venit a ofertantului, acesta este constrâns de necesitatea de a scădea prețul, pentru a majora vânzările;
- când, pe piața muncii, salariul crește peste un nivel socotit „de suficiență”, posesorul forței de muncă optează pentru mai mult timp liber, așa încât oferta de muncă se reduce.

Între nivelul prețului și al *output*-ului se creează o serie de relații, al căror ansamblu determină *baremul ofertei*, prezentat în Tabelul 5.2.:

Tabelul 5.2. Baremul ofertei (*corespunzător funcției $Q_o = 100 + P/2$)

Alternativa de producție	Prețul unitar P ($)	Cantitatea oferită din bunul normal X: Q_o (buc.)*
A’	230	215
B’	220	210
C’	200	200
D’	150	175
E’	100	150

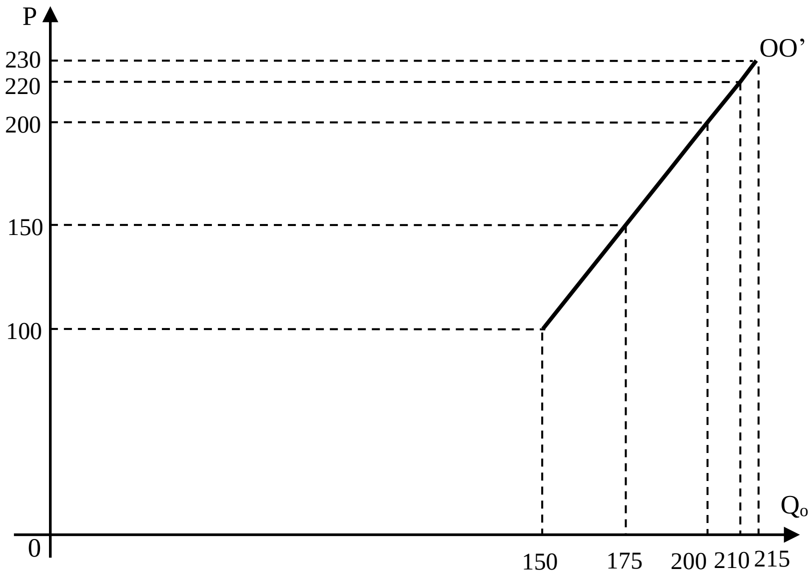


Figura 5.3. Curba ofertei pentru un bun normal (particularizare)

Unind punctele de confluență din Figura 5.3., obținem o linie continuă OO' – numită *curba ofertei*. Fiecare punct al ei constituie o combinație posibilă între nivelul prețului P și cel al volumului Q_o oferit din marfa respectivă, la un anumit moment de timp. Se observă că:

- Pentru un bun normal, *înclinația* curbei OO' este de la SV la NE, pentru că este firesc ca atunci când prețul crește, cantitatea oferită să sporească. Pe de altă parte, mărirea prețului atrage noi firme în ramură, care înainte nu-și permiteau intrarea *profitabilă* pe piață.
- Panta curbei ofertei este *ascendentă*; orice reducere a prețului atrage micșorarea cantității aduse pe piață dintr-un produs – și invers: mărirea prețului determină creșterea *output*-ului.

În acest cadru, noțiunile *generale* legate de *elasticitate* sunt cele specificate în paragraful destinat cererii.

Elasticitatea directă

Elasticitatea ofertei în funcție de preț este reprezentată de raportul dintre modificarea relativă a cantității aduse pe piață dintr-o marfă și modificarea relativă a prețului acesteia, arătând câte procente de variație a ofertei (majorare, respectiv reducere) revin unui procent de modificare a preţului (creștere, respectiv scădere). Altfel spus, acest indicator exprimă cu câte procente se modifică oferta pentru bunul în cauză, la schimbarea cu 1%, într-un sens sau altul, a prețului său. Calculăm *coeficientul de elasticitate a ofertei în funcție de preț*:

$$Ke_{O/P} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q_0}}{\frac{\Delta P}{P_0}} = \frac{\Delta Q}{Q_0} : \frac{\Delta P}{P_0} = \frac{\Delta Q}{Q_0} \cdot \frac{P_0}{\Delta P} = \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} \cdot \frac{P_0}{P_1 - P_0}$$

Notaţiile utilizate în relaţiile precedente sunt:

- Q_0 – cantitatea oferită pentru început dintr-o anumită marfă (variabilă dependentă);
- Q_1 – cantitatea oferită din bunul considerat, în perioada curentă;
- P_0 – preţul iniţial al bunului respectiv (variabilă independentă);
- P_1 – preţul la acelaşi moment de timp;
- ΔQ – variaţia ofertei, ca răspuns la modificarea survenită în mărimea preţului;
- ΔP – variaţia preţului produsului, de la o perioadă de timp la alta.

Lucrăm în condițiile în care noul preț la care se oferă produsul este mai mare decât cel „de pornire” ($P_1 > P_0$), astfel încât diferența $\Delta P = P_1 - P_0$ este pozitivă. Totodată, potrivit legii ofertei, în cazul unui *bun normal*, *output*-ul datorat acestei modificări a prețului mărfii este superior celui inițial ($Q_1 > Q_0$). În consecință, în relația de calcul a coeficientului de elasticitate a ofertei în raport cu prețul ($Ke_{O/P}$) nu va mai fi nevoie de aplicarea semnul „–”, ca *sens economic* provenit din modul de evoluție a variabilei dependente Q, față de cea a parametrului independent P.

Distingem o variată tipologie a ofertei:

I.) *Ofertele tipice (normale)*: sunt proprii situațiilor în care $Ke_{O/P}$ se determină pe baza relației directe create între variabilele *preț* și *cantitate adusă pe piață* (P↗ → O↗, respectiv P↘→ O↘) și se referă la: *oferta cu elasticitate ridicată*; *oferta cu elasticitate unitară (unitar elastică)*; *oferta cu elasticitate redusă (slab elastică* sau, după unele opinii, *inelastică)*.

II.) *Ofertele particulare (extreme)*: *oferta cu elasticitate infinită (perfect elastică)*; *oferta cu elasticitate zero (perfect inelastică)*

III.) *Ofertele atipice (anormale)*: apar în cazul în care P↘ → O↗, respectiv P↗ → O↘, astfel încât $Ke_{O/P} < 0$.

Precizare:

Elasticitatea ofertei în funcție de venit se analizează pe principii asemănătoare. Ea este reprezentată de raportul dintre modificarea relativă a *output*-ul referitor la o anumită marfă și modificarea relativă a venitului disponibil pentru fabricație, arătând câte procente de variație a ofertei (majorare, respectiv reducere) revin unui procent de modificare a venitului (creștere, respectiv scădere). Altfel spus, indicatorul exprimă cu câte procente se modifică cantitatea adusă pe piață din bunul în cauză, la schimbarea cu 1%, într-un sens sau altul, a bugetului producătorului. *Relația de calcul se creionează după aceleași particularități precum în cazul elasticității ofertei în raport cu preșul – doar că în locul variabilei preț (P) vom lucra cu variabila venit (V).*

5.3. Interacțiunea cerere – ofertă. Prețul de echilibru.

Configurăm datele Tabelului 5.3., regăsite în Figura 5.4.:

Tabelul 5.3. Relații între cantitatea cerută şi cea oferită dintr-o marfă pe piață (legea cererii* cu Q_c = 1.000 – 4·P; legea ofertei** cu Q_o = 100 + P/2)

Prețul unitar P ($)	Cantitatea cerută din bunul normal X: Q_c (buc.)*	Cantitatea oferită din bunul normal X: Q_o (buc.)**	Diferențe: exces de ofertă / cerere (+) *sau* exces de cerere / ofertă (-)	Presiuni asupra prețului
230	80	215	+135	↘
220	120	210	+ 90	↘
200	200	200	0	-
150	400	175	-225	↗
100	600	150	-450	↗

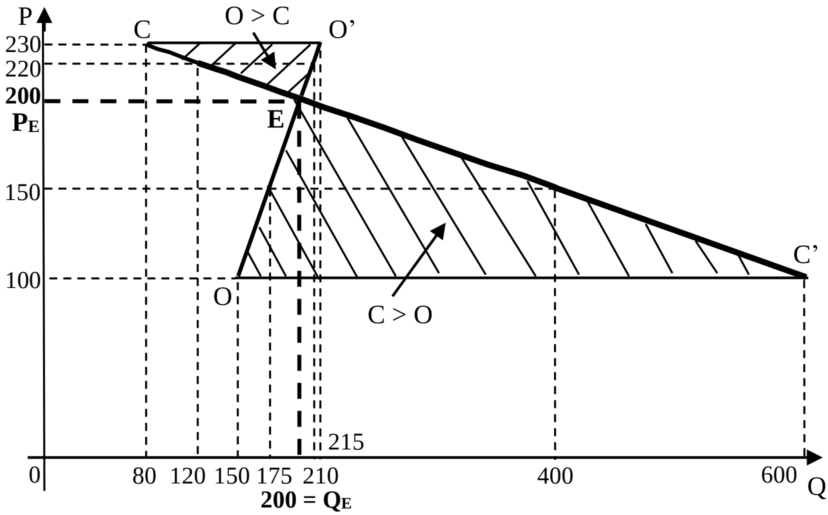


Figura 5.4. Interacțiunea cerere – ofertă pe piață. Prețul de echilibru.

Analizând Tabelul 5.3. și Figura 5.4., observăm că:

- La un preț mai mare de 200 $, deși producătorul ar dori să sporească vânzările, oferta nu-și găsește ce-

rere efectivă, din cauza restricției bugetare a consumatorilor. Pe piață se creează un surplus (exces) de marfă, vizibil în partea superioară a graficului.

- La orice preț mai mic de 200 \$, deși cererea este în creștere pe măsură ce prețul scade, producătorul oferă o cantitate tot mai mică pe piață (în caz extrem, el nu mai aduce bunul pe piață).
- În concluzie, din negocierile dintre producător (respectiv vânzător) și cumpărători, se ajunge la cazul în care, potrivit cantității cerute la P = 200 \$, oferta să fie în întregime absorbită de consumatori. În punctul E se realizează *echilibrul stabil al pieței*, pentru care, la prețul P_E = 200 \$, Q_E = 200 bucăți.
- Prețul de echilibru este acel preț la care ofertanții continuă să producă și să vândă o marfă, iar cumpărătorii acceptă să o achiziționeze (prețul pentru care cantitatea oferită o egalizează pe cea cerută).

Legea interacțiunii dintre cerere și ofertă arată că:

✓ O creștere a cererii, în condițiile ofertei nemodificate – sau o scădere a ofertei, pe suportul unei cereri stabile – determină majorarea prețului de piață al bunului în cauză.

✓ O reducere a cererii, pe fondul ofertei constante – sau o mărire a ofertei, pe coordonatele unei cereri stabile – antrenează micșorarea prețului de piață al mărfii respective.

Potrivit acestei legi, P = f(C, O). Nu înseamnă că negăm relațiile cunoscute deja – legea cererii C = f(P) și legea ofertei O = f(P). Doar că *privim dintr-o altă ipostază* realitatea pieței. După legea interacțiunii dintre cerere – ofertă, *prețul de piață este determinat de mișcarea celor două forțe amintite* și tinde spre o *stare de echilibru*, care se menține atâta vreme cât condițiile pieței rămân neschimbate. Astfel, relația cerere – ofertă – preț trebuie studiată din două perspective, fiindcă prețul poate fi atât cauză, cât și efect al modificării factorilor pieței. El este rezultat al confruntărilor de interese economice pe piață.

capitolul 6.
CONCURENȚA

6.1. Agenții economici

Gama *agenților economici* include o tipologie variată, gândită în raport cu ordinea lor de mărime și / sau cu importanța avută în cadrul unui sistem organizatoric: indivizi și gospodării (menaje); firme și întreprinderi producătoare, instituții financiare, administrații, precum și subiecți economici implicați în afaceri pe plan internațional.

Gospodăriile (menajele) sunt reprezentate din una sau mai multe persoane, constituite de obicei ca un grup ce funcționează precum o mică unitate economico-socială și organizatorică (menaje *singulare*, precum familiile – sau *colective*, mici meșteșugari, producători agricoli ș.a.). Funcționând *ca un singur individ*, ele asigură existența cumpărătorilor și consumatorilor de bunuri și servicii oferite de producători.

Firmele se evidențiază ca agenți economici publici, privați sau micști, având ca funcție de bază producerea de bunuri și / sau prestarea de servicii către cei ce le solicită. Scopul lor primar este obținerea de profit, pe fondul unor *input*-uri (factori de producție) și a valorificării *output*-urilor.

Întreprinderile propriu-zise nu se deosebesc de *firme* decât în ceea ce privește orientarea lor direct productivă. De aceea, în general, când se vorbește de întreprindere, se utilizează – ca echivalent – conceptul de firmă. Totuși, întreprinderea rămâne unitatea de bază a unei economii naționale, iar în cadrul

ei, lucrătorii își exercită prerogativele ce decurg din poziția lor în raport cu factorii de producție.

Instituțiile financiare sunt unități care asigură colectarea și redistribuirea disponibilităților bănești în economie (autorități bancare, societăți comerciale bancare, cooperative de credit, companii de asigurări).

Administrațiile publice și private îndeplinesc rolul de redistribuire a venitului național, prin serviciile prestate (câștigurile lor rezultând din prelevări obligatorii asupra rezultatelor altor agenți economici).

Necesitățile de abordare a multiplelor interdependențe dintre economiile naționale sunt relevate de agentul *„străinătatea”* – care funcționează în postură de subiect economic divizat în multiple departamente, în teritorii străine.

Principalele trăsături ale unei întreprinderi vizează aspecte precum:

a) Regimul juridic: Cele mai întâlnite tipuri de agenți economici productivi apar sub forma societăților comerciale, fapt care presupune anumite particularități:

1. *Natura răspunderii* asumate de subiecții proprietății, în raport cu obligațiile firmei, este un aspect care oferă posibilitatea opțiunii între două situații:
   - răspundere nelimitată – caz în care subiecții angajează întregul avut personal, în momentul declarării insolvabilității subiectului economic;
   - răspundere limitată – pe considerentul gradului de participare la capital.
2. *Relația (raportul) între drepturile și obligațiile agentului economic* (privit ca persoană juridică) denotă existența a două tipuri de subiecți: societăți civile (de persoane), respectiv societăți de capitaluri.

b) Patrimoniul este reprezentat de ansamblul drepturilor și obligațiilor cu conținut economic, ale unei persoane fizice sau juridice (este vorba de bunurile aflate în proprietatea unui agent economic și mobilizate în scopuri precise, constituindu-se în

patrimoniu *doar* atunci când sunt exploatabile de către subiect). Pe această bază, notăm că valoarea patrimonială se formulează în sfera procesului de producție și că este influențată de capacitatea obținerii profitului.

Totalitatea drepturilor agentului economic poartă numele de *activ* (și constă în elemente precum: aportul părților la crearea firmei, bunurile dobândite ulterior de întreprindere, dreptul de folosință în privința terenului și câștigurilor, drepturile de creanță ș.a.). Totalitatea obligațiilor agentului economic se recunoaște în *pasiv* (și se referă la obligațiile firmei față de asociați și / sau personal, obligațiile contractuale ș.a.).

c) Combinarea tehnico-economică și substituția prod-factorilor vizează schimbarea proporționării acestora din urmă (în principal a muncii și capitalului). În esență, se apreciază că procesul combinării și / sau al înlocuirii a avut sau nu efect pozitiv, în măsura în care produsul activității realizate este vândut pe piață și, ca atare, își dovedește utilitatea.

d) Libertatea de acțiune (în funcție de interesele proprii) se manifestă în condițiile respectării regimului legal și a normelor de conduită economică.

e) Colaborarea între agenții furnizori de factori de producție și cei ce îi utilizează are rol în stabilirea relațiilor economice pe piață.

f) Obiectivele activității rezidă în fixarea următoarelor scopuri: producerea de bunuri și / sau prestarea de servicii, în scopul satisfacerii trebuințelor solvabile ale indivizilor; realizarea economică a mărfurilor (ceea ce înseamnă *vânzarea* lor); obținerea de profit și maximizarea acestuia.

În privința *tipologiei*, deosebim o serie de categorii de agenți economici:

1. după *caracterul lucrativ al activităților desfășurate*:
   - *asociații*;
   - *societăți de persoane* (în nume personal și în nume colectiv);
   - *societăți de capitaluri* (societăți cu răspundere limitată, societăți anonime).

2. după *sfera economică*:
   - agenți *la nivel microeconomic* – respectiv *elementari*;
   - agenți *la nivel macroeconomic* – respectiv *agregați*.
3. după *tipul de proprietate presupus*:
   - agenți economici *particulari (privat-individuali)*;
   - agenți economici *privați, pe principii asociative*;
   - agenți economici *pe principii cooperatiste*;
   - agenți economici de tipul *societăților comerciale pe acțiuni;*
   - agenți economici *publici*;
   - agenți economici *micști*.
4. după *caracterul obiectului de activitate*:
   - unități *primare de producție* (atelier, secție, fabrică) – având rol productiv și / sau de prestări servicii;
   - unități *administrativ-organizatorice* – cu funcții tehnico-administrative, dar și comercial-financiare;
   - unități *consumatoare* (indivizii și gospodăriile);
   - unități *intermediare* (cartel, concern, holding ș.a.).

Integrarea firmelor se poate realiza în trei variante: *prin interese economice* (modalitate în care se prevăd, de pildă, birouri comune pentru vânzări, servicii post-vânzare și / sau relații cu publicul); *prin concesiune* (metodă care include obligația unui agent de a aproviziona alte unități și de a le asigura asistență tehnică); *prin subcontracte* (ceea ce implică existența unui antreprenor și a unui subcontractant).

Dimensiunea întreprinderii este o problemă care incită de multă vreme discuțiile de specialitate. S-a observat că, în măsura în care producția industrială s-a dezvoltat și a făcut apel tot mai mult la tehnologie, „talia” agenților economici a înregistrat o tendință generală de creștere. Totuși, care e

dimensiunea optimă a unei întreprinderi, pe plan mondial? Atât firma mare, cât și cea mică (respectiv mijlocie), au „puncte” forte și slabe. Există, firesc, așa-numita *dimensiune minimă* a unui agent economic, cunoscută în două accepțiuni: ca mărime *fezabilă* – sub care firma nu-și poate desfășura activitatea (mărimea producției corespunzătoare costului variabil minim); ca mărime *eficientă* – care privește producția minimă ce asigură profitul (în general, legată de pragul de rentabilitate).

În esență, *nu există o dimensiune optimă pentru toate afacerile, indiferent de țară, de perioada străbătută sau de conjunctura economică*. E adevărat că operațiile se miniaturizează rapid; tot mai mulți muncitori sunt concediați și, în plus, economia pe scară largă este adesea *depășită*. De asemenea, cu cât organizarea firmei e mai complicată, se pare vechea idee potrivit căreia „*mai mare* înseamnă neapărat *mai bun*” e tot mai demodată. În principiu, *optimizarea dimensiunii unei firme* se referă la: gradul de dezvoltare a forțelor de producție; nivelul diviziunii muncii; mecanismul economic; raportul dintre factorii extensivi și intensivi implicați.

6.2. Concurența: elemente generale

Concurența constituie una din trăsăturile de bază ale oricărei economii de piață, care exprimă comportamentul specific al agenților participanți la tranzacții și atestă raportul dinamic de forțe dintre aceștia din urmă. În termeni strict economici, concurența semnifică rivalitatea, lupta dusă cu mijloace *economice* și *extraeconomice* între producători și / sau comercianți, în scopul fabricării și / sau desfacerii unor mărfuri, cuceririi unor piețe (segmente de piață) și obținerii de profituri ridicate. Ca urmare, competiția are în centrul ei interesul unei firme de a întrece, prin căile și mijloacele utilizate, unul sau mai mulți subiecți economici din același domeniu de activitate. *Instrumentele luptei de concurență* sunt de două tipuri:

- *Tehnici economice* – care abordează *concurența prin preț* (*directă,* respectiv *indirectă)* și *în afara prețului*;
- *Tehnici extraeconomice – legale*, respectiv *nelegale și ilegale.*

Rolul concurenței este dat de *funcții* importante: optimizarea raportului *input – output* (semn al eficienței); stimularea creativității și inițiativei; satisfacerea necesităților de consum; eliminarea de pe piață a producătorilor necompetitivi; reducerea costurilor de producție și a prețurilor de vânzare; stimularea înzestrării cu prod-factori.

Concurența nu înseamnă dispariția cooperării economice. Dimpotrivă, ea *presupune* această noțiune, deoarece este imposibil ca în lumea actuală a schimbului să existe agenți economici capabili să evolueze fără sprijin pe piață. Fiecare are nevoie cel puțin de furnizori, dacă nu și de informații – ori cooperarea reprezintă maniera deschisă de desfășurare a oricărei activități, în vederea armonizării nevoilor cu posibilitățile lor de satisfacere. Există – însă – și anumite *aspecte negative* ale rivalității, observate mai ales atunci când legitățile și mecanismele concurențiale sunt încălcate. În asemenea cazuri, competiția riscă să se transforme în *conflict*, eliminând orice forme de cooperare.

Potrivit instrumentelor utilizate, concurența se clasifică astfel:

- după *caracterul de legalitate* al competiției: concurență *legală* – conformă prevederilor în vigoare; concurență *nelegală* – care ocolește legea (o eludează); concurență *ilegală* – care folosește mijloace împotriva reglementărilor existente.
- după *caracterul de loialitate* imprimat întrecerii: concurență *loială* – bazată pe folosirea nediscriminatorie a tehnicilor competiționale economice, în condițiile liberului acces pe piață și al reglementării a raporturilor de vânzare-cumpărare; concurență *neloială* – care mizează pe mijloace și instru-

mente în general nelegale și ilegale, pentru a pătrunde pe o piață și pentru a acapara posibilii consumatori (tactici de discreditare a rivalilor).

➔ după *trăsăturile predominante*: concurență *pură și perfectă*; concurență *imperfectă*.

6.3. Piața cu concurență perfectă

Noțiunea *concurență pură și perfectă* (așa cum este denumirea sa completă) derivă din clasicul concept al liberei concurențe.

A. Pentru mulți specialiști, *puritatea concurenței* este dată de valabilitatea *simultană și cumulativă* a următoarelor condiții:

- *Atomicitatea pieței*: Este vorba despre puternica dispersare a producției și desfacerii de bunuri și servicii care fac obiectul schimbului, în cazul existenței unui foarte mare număr de agenți economici. Fiecare dintre aceștia are dimensiuni neglijabile în raport cu cea a pieței și, ca atare, nu poate exercita influențe *semnificative* nici asupra volumului ofertei / cererii, nici asupra nivelului prețului de piață.
- *Omogenitatea produsului* care face obiectul tranzacțiilor: Ne referim la situația în care toți producătorii fabrică același bun omogen, cu trăsături identice (nediferențiate), creat în aceleași condiții de acces la resurse, fără nici un fel de favorizare (de exemplu, publicitate).
- *Accesul (intrarea și ieșirea) liber(e) pe piață*: În această ipoteză, accesul (respectiv ieșirea) într-o / dintr-o ramură sau industrie nu sunt împiedicate prin barierele juridice, financiare, instituționale sau de altă natură. Singurele „condiții” sunt cele care determină existența agentului, în sensul că el intră pe piața respectivă când nivelul costului de produc-

ţie este inferior preţului de vânzare şi iese de pe acea piaţă în situaţia contrară.

B. Perfecţiunea concurenţei se regăseşte pe măsura îndeplinirii *simultane şi cumulative* a altor două condiţii:

- *Perfecta transparenţă a pieţei*: Se referă la informarea completă a tuturor participanţilor la schimb, privind tipul, natura, caracteristicile şi preţul produselor, nivelul şi structura cererii şi ofertei.
- *Perfecta mobilitate a factorilor de producţie*: Presupune libertatea şi capacitatea fiecărui agent economic de a utiliza prod-factorii aşa *cum* (şi *unde*) consideră că e mai bine, pentru obţinerea celor mai profitabile rezultate economice (ceea ce înseamnă, în acelaşi timp, elasticitatea totală a factorilor respectivi).

Deşi îi este proprie „suveranitatea pieţei", concurenţa pură şi perfectă rămâne *o stare teoretică*, spre care tinde piaţa în ansamblul ei. N-o vom întâlni în realitate decât în cazuri absolut particulare, întrucât este aproape imposibilă respectarea simultană şi cumulativă a premiselor ei. Ea este tratată, însă, ca o *situaţie de referinţă* (ca *model*) pentru ceea ce se petrece pe piaţă şi, deseori, poartă numele *concurenţei complete*.

6.4. Pieţe cu concurenţă imperfectă

În *concurenţa imperfectă*, după cum arată şi denumirea acesteia, dispar *unul sau mai multe* considerente legate de gradul de perfecţiune şi / sau puritate al concurenţei complete. Ca atare, producătorii şi consumatorii au puteri inegale, faptul generând presiuni individuale asupra preţurilor.

Trăsăturile concurenţei imperfecte:

a) Există un anumit grad de atomizare a ofertei şi cererii (număr mare de ofertanţi, respectiv vânzători – şi de cumpărători), dar bunurile sunt diferenţiate prin aspect şi calitate.

b) În masa producătorilor se deosebesc câțiva care se impun, controlând anumite segmente ale ofertei prin diverse mijloace (de exemplu, diferențele la tarifele de transport până la / de la piață).
c) Nu există o mobilitate perfectă a prod-factorilor.
d) Se întâlnesc situații extreme – cazul monopolizării ofertei de către un singur fabricant (monopol) sau similarul din perspectiva cererii (monopson) – dar și situații intermediare, cum sunt oligopolul (număr redus de vânzători), respectiv oligopsonul (număr mic de consumatori).

I. Concurența monopolistică

Acest tip de competiție se regăsește în *dimensiunea* dintre concurența perfectă și monopol (mai aproape de condițiile concurenței perfecte), datorită următoarelor caracteristici:

- ✓ *Existența unui număr mare de agenți economici independenți* cu dimensiuni relativ apropiate (deși mici) face ca piața corespunzătoare să aibă un grad redus de concentrare economică. Rivalitatea este de tipul „firma X *versus* restul subiecților din ramură" și marchează posibilitățile limitate ale producătorilor, în privința fixării și controlului prețului. Totuși, există șansa luării deciziilor proprii, independente de ale celorlalți competitori din sector, deci nu se constată subordonarea reciprocă a firmelor.
- ✓ Funcționează *libertatea de intrare*, respectiv *de ieșire, pe / de pe piață a agenților economici.*
- ✓ Când în ramură apare încă o firmă, care *produce o versiune nouă a unui bun diferențiat*, ea „preia" clienți de la celelalte întreprinderi din sector.
- ✓ *Diferențierea bunurilor oferite pe piață* se face mai ales prin publicitate, reclamă, design ș.a. (produsele fiind similare, nu totdeauna identice), în scopul atragerii clienților.

- ✓ *Predomină concurența în afara prețului, respectiv prin produse.*
- ✓ *Prețul de echilibru format depășește nivelul celui propriu concurenței pure și perfecte.*

II. Monopolul

Monopolul presupune existența pe piață a unui singur producător (respectiv vânzător), care asigură întreaga ofertă dintr-un bun fără substitut, controlând piața și impunând un preț de vânzare superior celui din concurența monopolistică și celui din oligopol. Pe o astfel de bază, monopolul nu poate asigura satisfacerea optimă a nevoilor consumatorilor. Caracteristicile concurenței proprii monopolului sunt:

- ✎ *Oferta este concentrată în puterea unicului fabricant al unui produs nesubstituibil.*
- ✎ *Produsele sunt diferențiate.*
- ✎ Se întâlnește *controlul absolut asupra resurselor folosite și a rezultatelor obținute.*
- ✎ *Informațiile asupra costurilor, prețurilor și organizării pieței sunt incomplete.*
- ✎ Se constată *rigiditate în utilizarea și mobilizarea prod-factorilor.*
- ✎ *Propriu-zis, manifestările concurențiale sunt suprimate, datorită impunerii de restricții (bariere) la intrarea pe piață a altor posibili producători.* Se minimizează, astfel, pericolul apariției rivalilor.

III. Oligopolul

Oligopolul semnifică acea stare a pieței în care numărul producătorilor / vânzătorilor de bunuri similare sau diferențiate este relativ redus, iar cel al cumpărătorilor – mare (probând atomicitatea cererii). Deși ofertanții n-au posibilitatea *controlului* asupra prețurilor, ei pot *influența* piața atât din punct de vedere al producției propriu-zise, cât și al prețului creat, în scopul maximizării profiturilor (deci hotărârea unui agent nu poate fi independentă de deciziile celorlalți).

Dacă piața este dominată numai de două firme, se folosește termenul *duopol*. În general, însă, oligopolul caută prețul convenabil pe piață, în raport cu gradul în care el se poate impune vis-à-vis de rivali, dar și cu posibila reacție a competitorilor / consumatorilor. Caracteristicile sale principale vizează următoarele considerente:

- Se înregistrează *un grad mare de concentrare economică* (ne referim la industriile în care câteva firme asigură majoritatea vânzărilor).
- *Intrarea și rămânerea într-un sector sau altul sunt condiționate de elemente tehnico-economice și financiare* (în special de capitalul de care trebuie să dispună producătorul, dar și de păstrarea calității bunurilor, în condițiile menținerii sau scăderii costurilor); dacă, dimpotrivă, intrarea în ramură ar fi facilă, piața ar deveni monopolistică.
- Se constată *interdependența dintre agenții economici ofertanți*. De aceea, e foarte importantă corecta anticipare a reacțiilor adversarilor.

Dacă este vorba de oligopoluri care fabrică *bunuri omogene*, competiția se realizează, în principal, prin intermediul prețurilor. În contrapartidă, varianta care adoptă *diferențierea bunurilor* are la bază considerente legate de concurența prin preț, dar și în afara prețului.

Oricât de directă sau de camuflată, de lejeră sau de dificilă ar fi lupta concurențială între agenții economici pe piață, o importanță majoră o are asigurarea – prin instituții specializate – a *legalității* desfășurării ei. Scopul efortului este dublu: *competiția loială, dar și protecția celor direct vizați de strategiile oricărei firme*: *consumatorii*. Mijloacele utilizate în acest sens sunt de două tipuri:

a) *Mijloacele judiciare* presupun intervenția în instanță, prin intermediul unui tribunal de natură civilă sau administrativă. Un dezavantaj al acestei modalități de acțiune îl constituie, totuși, faptul că ea este orientată mai ales spre *reparații* de ordin *individu-*

al, care reprezintă *o minoritate* (ca număr, în ansamblul cazurilor) – ori scopul ei practic rămâne îndreptarea spre soluții într-un spectru cât mai larg, respectiv *cazuri colective*.

b) *Mijloacele parajudiciare* sunt elemente de tipul consultațiilor juridice, dar vizează cu precădere intervenții ale organizațiilor de stat sau particulare, care pot exercita presiuni asupra celor neîncadrați în regimul legalității.

Indiferent care ar fi forma de rezolvare a conflictelor provocate de urmările concurenței neloiale și a celei nelegale, se știe, însă, că soluțiile reale contra agresivității diverselor forme de producție, prezentare și desfacere trebuie să fie axate în primul rând pe legislațiile și normele fiecărei țări. Ținând seama de faptul că modalitățile de impunere a unei strategii concurențiale reprezintă o adevărată forță a dezvoltării, în orice economie de piață se promovează – din partea guvernelor – măsuri menite să asigure cadrul legal al desfășurării concurenței. Recurgerea la practici anticoncurențiale își are originea, de numeroase ori, în puterea de care dispun unii agenți economici. De aceea, în țările cu economie de piață avansată există o *legislație antitrust*, constând într-un ansamblu de reglementări care sancționează încheierea de înțelegeri monopoliste între firme, pentru a împiedica diminuarea sau dispariția condițiilor concurenței.

capitolul 7.
TEORIA COSTURILOR.
PREȚUL ȘI FUNCȚIILE SALE. PROFITUL.

7.1. Conținutul economic al costului de producție

Costul de producție constituie expresia monetară a cheltuielilor ocazionate de achiziția, alocarea și consumul factorilor de producție de către fiecare întreprindere, în vederea realizării procesului productiv și a desfacerii bunurilor (mărfuri și servicii). Costul este forma bănească de exprimare a consumului de prod-factori, incluzând cheltuielile suportate de firme atât pentru fabricație, cât și pentru vânzare (desfacere). În măsura posibilității de comensurare monetară a cheltuielilor, consumul de factori *poate fi comparabil*. Se impune, însă, o precizare: deși *teoretic*, noțiunea *cost de producție* este sinonimă cu *cheltuielile de producție*, se observă că *practic*, cele două nu se identifică întotdeauna. Motivația presupune faptul că în general, orice cheltuială este generată de o plată și, drept urmare, cheltuiala se suprapune costului doar când factorii de producție achiziționați *se consumă în întregime productiv* (altfel spus, costul include – în principiu – și elemente de venit net, ceea ce distorsionează relația dintre valoare și cost).

Funcțiile costului de producție se referă la aspecte cum sunt: cunoașterea reală a consumului de resurse necesare și utilizate; evidența și controlul cheltuielilor; orientarea agenților și calculul unor indicatori (cum ar fi rata rentabilității); comparații pe plan internațional, pe domenii de activitate specifice.

Clasificarea costurilor se face în raport cu mai multe criterii:

1) după *natura cheltuielilor*:
   a) cost *explicit* – format din cheltuielile (plățile) către furnizorii resurselor economice procurate și consumate pentru producerea unui bun (cheltuieli materiale, cu munca ș.a.);
   b) cost *implicit* (*alternativ*, *oportun* sau *de oportunitate*) – respectiv costul alegerii făcute de întreprinzător / manager în privința resurselor deținute; el nu e generat de o plată, ci constituie expresia consumului de resurse „sustrase" altor întrebuințări, în favoarea celei alese.
2) după *realitatea exprimată*:
   a) cost *monetar* – face referire la situația în care aspectul bănesc este numitorul comun al consumului de prod-factori;
   b) cost *psihologic* – delimitează componenta subiectivă a cheltuielilor ocazionate de producție.
3) după *finalitate*:
   a) cost *de producție* – angrenat de procesul de fabricație propriu-zis;
   b) cost *de desfacere*, cuprinzând:
      - costuri *de tranzacție* – care fac posibilă funcționarea pieței (cheltuieli cu comisioanele comercianților, cu publicitatea ș.a.);
      - costuri *de informare* – necesare pentru o cât mai bună cunoaștere a stării pieței (în vederea reducerii riscurilor).
4) după *tipul consumului care generează cheltuielile*:
   a) cost *fix* CF – determinat de consumurile fixe; *pe termen scurt*, este independent de nivelul producției și rămâne constant (cheltuieli cu: amortizarea capitalului fix, iluminat, chirii, încălzire, salarii pentru personalul din activitățile general-administrative, asigurări ș.a.);

b) cost *variabil* CV – angajat de consumurile variabile; el *depinde de volumul producției*, modificându-se în aceeași direcție cu el: CV = f(Q).
c) cost *total* CT – aferent întregii producții a firmei; el este privit astfel:
   - CT = CF + CV (suma costurilor fixe și variabile);
   - CT = CP + CD (suma costurilor de producție și de distribuție);
   - CT = CM + CS (suma costurilor materiale și a celor salariale), în condițiile în care: CM = A + K_c →
     CT = A + K_c + CS (unde: A – cheltuieli ocazionate de amortizare; K_c – cheltuieli cu capitalul circulant.

5) după *nivelul de analiză*:
a) cost *total* (*global*) CT – privit ca ansamblu al cheltuielilor antrenate de întreaga producție / activitate a agentului economic;
b) cost *mediu* (*unitar*) – considerat un raport între cost (CF, CV, CT) și rezultatele obținute (de obicei, volumul producției Q), presupunând:
   - cost *fix mediu* CFM – costul fix suportat pe unitatea de produs; *pe termen scurt*, el depinde de evoluția volumului producției: $\mathrm{CFM} = \frac{\mathrm{CF}}{\mathrm{Q}}$
   - cost *variabil mediu* CVM – costul variabil pe unitatea de produs; în dinamică, el *depinde atât de nivelul costurilor variabile, cât și de evoluția volumului producției*: $\mathrm{CVM} = \frac{\mathrm{CV}}{\mathrm{Q}}$
   - cost *total mediu* CTM – costul total suportat pe unitatea de produs; în dinamică, el *depinde atât de nivelul costurilor variabile,*

cât și de evoluția volumului producției:

$$CTM = \frac{CT}{Q}$$

Având în vedere că deja cunoaștem relația:

$$CT = CF + CV,$$

rezultă:

$$CTM = \frac{CT}{Q} = \frac{CF}{Q} + \frac{CV}{Q} = CFM + CVM$$

c) cost *marginal* C_{mg} – sporul de cost antrenat de creșterea consumului de prod-factori (ΔCT), pentru a suplimenta cu o unitate producția (ΔQ):

$$C_{mg} = \frac{\Delta CT}{\Delta Q} = \frac{CT_i - CT_{i-1}}{Q_i - Q_{i-1}}$$

sau

$$C_{mg} = \frac{\Delta CF + \Delta CV}{\Delta Q}$$

7.2. Minimizarea costurilor. Evoluția costurilor de producție.

În general, curbele costurilor agenților economici nu pot fi și nici nu sunt identice, ci *diferențiate*, întrucât:

I. condițiile de fabricație ale întreprinderilor sunt altele, în spațiu și timp;
II. fiecare își alege tipul de management care i se potrivește;
III. firmele beneficiază de o înzestrare inegală cu factori de producție;
IV. nivelele de eficiență înregistrate sunt, în consecință, diferite.

Referindu-ne cu precădere la relațiile care se formează *pe termen scurt* la nivelul agentului economic, între costul total CT, costurile medii (costul fix mediu CFM, costul variabil mediu CVM, costul total mediu CTM) și costul marginal C_{mg},

vom lua în considerare un caz general (vezi Figura 7.1. și explicațiile ulterioare).

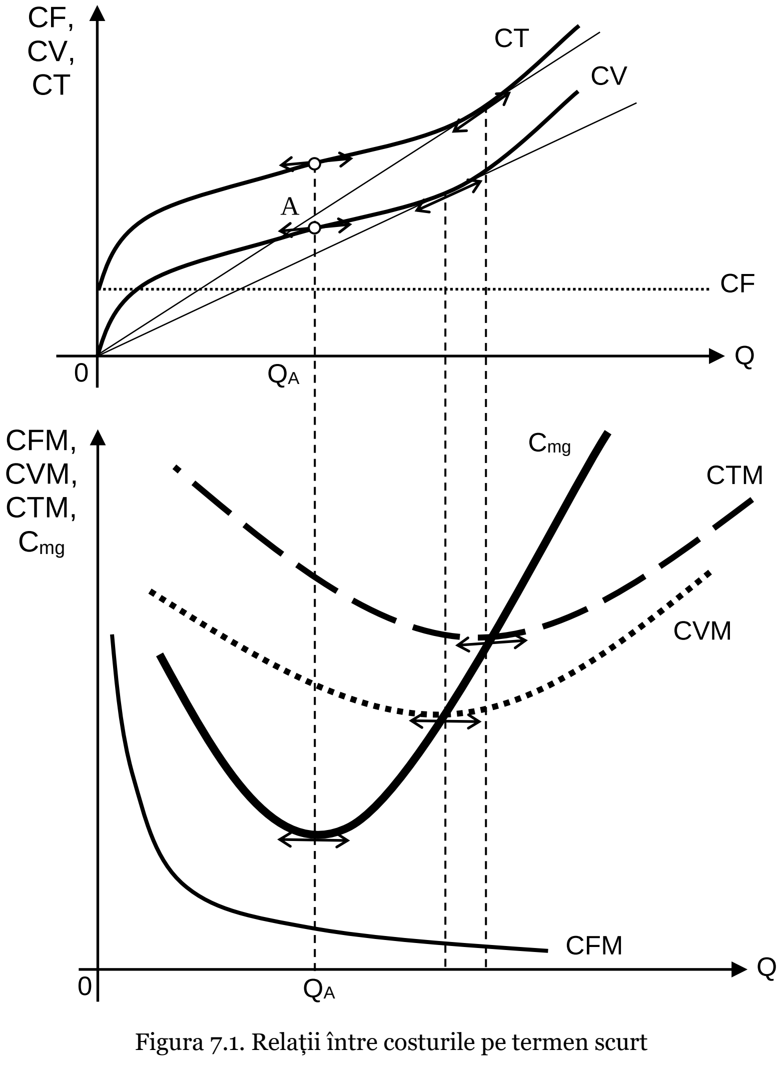


Figura 7.1. Relații între costurile pe termen scurt

Referitor la Figura 7.1., remarcăm următoarele:

A. *Costurile totale*

- În ceea ce privește *curba CF*: pe termen scurt, ea va fi reprezentată de o dreaptă paralelă cu abscisa, pentru că, în orice situație (chiar când producția încă nu e terminată, deci Q = 0), firma va suporta CF.
- Situația *CV* necesită detaliere. Ne amintim că mărimea CV variază pe măsura creșterii producției și poate fi considerată o funcție de tipul CV = f(Q), cu f'(Q) > 0. Pentru Q = 0, CV = 0. Cu cât Q crește, CV se majorează, dar ritmul în care sporește *fluctuează* (vezi Figura 7.1.):
  - în etapa I, acest ritm este descrescător, deci f''(Q) < 0;
  - în etapa a II-a, ritmul de majorare a CV este crescător;
  - cele două etape sunt delimitate de punctul de inflexiune A, pentru care f''(Q) = 0.
- În privința *curbei CT*, ea reproduce fluctuațiile CV, pe un parcurs translatat cu mărimea CF față de nivelul CV.

B. *Costurile medii*

- *Curba CFM* apare în Figura 7.1. ca o hiperbolă echilaterală, cu cele două axe ca asimptote. Ea descrește în timp, pe seama împărțirii mărimii CF la un *output* tot mai mare. Când Q = 0, CFM → ∞; când Q → ∞, CFM → 0.
- *Curba CVM* este determinată de raportul $CVM = \frac{CV}{Q} = \frac{f(Q)}{Q}$
- Pentru a deduce forma *curbei CTM*, procedăm similar cu cazul CVM (pe principiul derivării unui raport de funcții), doar că avem în vedere, în plus, mărimea CF.

C. *Costul marginal*

Din punct de vedere matematic, în condițiile creșterii infinitezimale a producției, costul marginal este prima derivată a funcției costului total în raport cu volumul producției (deci, ca derivată a funcției de cost variabil CV, întrucât C_{mg} este independent de costul fix CF): CV = f(Q), iar f'(Q) > 0. Cum

$$\frac{dC_{mg}}{dQ} = \frac{d[f'(Q)]}{dQ} = f''(Q)$$

în Figura 7.1. se observă că:

- pentru $Q < Q_A$, $f''(Q) < 0$, deci C_{mg} este descrescător pentru astfel de valori ale producției;
- pentru $Q = Q_A$, $f''(Q) = 0$, deci C_{mg} este constant pentru o asemenea valoare a producției;
- pentru $Q > Q_A$, $f''(Q) > 0$, așa încât C_{mg} este crescător pentru aceste valori ale *output*-ului.

În general, un producător va crește nivelul producției sale până în momentul în care C_{mg} egalizează prețul mărfii pe piață. Mărimile C_{mg} și CTM indică limita minimă (P_{min}) până la care se poate micșora prețul de vânzare P. Dacă $P < P_{min}$, agentul va înregistra pierderi; când $P > P_{min}$, el va acumula profit. Legătura dintre CTM, C_{mg} și P se poate vizualiza în Figura 7.2., în cazul particular al concurenței perfecte.

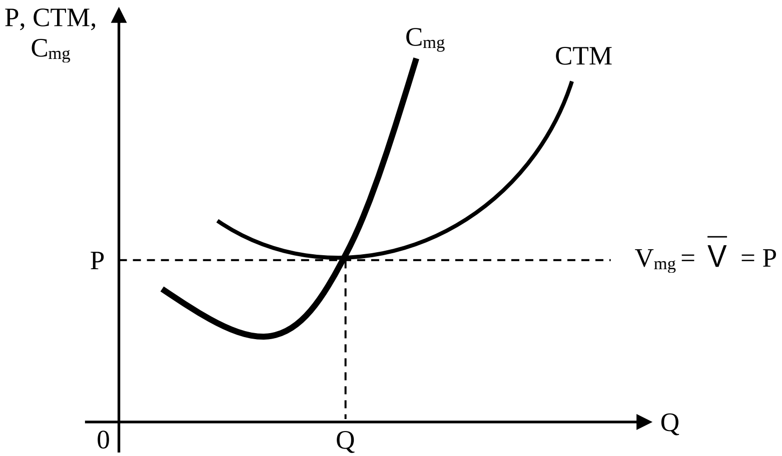


Figura 7.2. Relația dintre costul total mediu (CTM), costul marginal (C_{mg}) și preț (P), în condițiile concurenței perfecte

unde:

- $\overline{V}$ – venitul mediu, egal cu încasarea marginală V_{mg} și cu prețul P al bunului.

Reducerea și minimizarea costurilor constituie obiective ale oricărui agent economic rațional, pentru a realiza volumul *dorit și util* al producției. În vederea acestui deziderat, întreprinderea trebuie să ia în calcule toate elementele implicate în obținerea bunurilor. Cele mai importante dintre ele sunt factorii de producție și costurile totale, acestea din urmă necesitând funcții de minimizare.

Principalele *căi de reducere a costurilor de producție* ale unui agent economic sunt: aprovizionarea cu prod-factori la prețuri cât mai mici; reducerea consumurilor de materii prime, materiale ș.a.; micșorarea cheltuielilor de exploatare a utilajelor și, în paralel, îmbunătățirea gradului de folosire a echipamentelor; creșterea productivității muncii; perfecționarea tehnologiilor; scăderea cheltuielilor administrativ-gospodărești, a celor cu publicitatea, a celor de desfacere .

Minimizarea costurilor presupune intervenții asupra cheltuielilor înregistrate pe unitatea de efect util. Ca atare, mărimea *costului unitar* (*mediu*) depinde de factori precum: nivelul consumului de prod-factori pe unitatea de *output*; evoluția prețurilor acestor factori; volumul producției obținute; modificarea calității și caracteristicilor bunurilor fabricate. Minimizarea costului are mare importanță practică, deoarece:

- agenții economici trebuie să țină seama de faptul că activitatea lor este grevată de *limitarea resurselor existente*;
- nivelul costului total are legătură directă cu *volumul ofertei pe piață*;
- minimizarea costurilor are rol covârșitor în determinarea *mărimii profitului* și în stabilirea *randamentului firmei*;
- întreprinderile trebuie să se ralieze *prețului competitiv pe piață*;
- reducerea maxim posibilă a costului este un *element primordial al concurenței* (este vorba de comparații privind: cele mai mici costuri în perioa-

da anterioară, costul minim în ramură sau pe plan mondial ş.a.);

- minimizarea costurilor totale influenţează *dimensiunea optimă a firmei.*

Costurile totale pe termen lung (CT_{TL})

Pe termen scurt, având în cadrul CT un singur factor variabil al producţiei (întrucât costurile fixe CF sunt constante), întreprinderea procedează la ajustarea *input*-ului până când ajunge la volumul urmărit al *output*-ului, pe baza unei tehnici disponibile. *Pe termen lung*, toţi factorii producţiei devin variabili, astfel încât subiectul are de ales nu doar capacitatea de fabricaţie, ci şi modalitatea în care s-o realizeze. Deoarece deciziile pe perioadă îndelungată implică un grad înalt de risc, un rol important în desfăşurarea normală a activităţii îl au *anticiparea* şi *planificarea*.

S-a dovedit că pe termen lung, funcţia costului total CT_{TL} este una dependentă de tehnica utilizată de fiecare întreprindere, de pregătirea forţei de muncă şi de volumul producţiei realizate. Un agent raţional va acţiona în vederea minimizării costului de producţie, pentru maximizarea profitului său. Dacă el îşi propune – într-o primă etapă a acţiunilor sale – să realizeze un nivel al producţiei Q_0 (vezi graficul din Figura 7.3.), va trebui să aibă asigurat, de exemplu, un grad de dotare tehnică D_0; costul total ocazionat de procesul de fabricaţie va atinge, aşadar, nivelul CT_0(A). Dacă se doreşte obţinerea aceleiaşi producţii cu implicarea unor tehnologii mai avansate D_1, operaţiunea *se poate* executa (cum se observă din aceeaşi figură), însă cheltuielile cresc, costul ajungând la nivelul dat de punctul A' – sau, prin tehnica evoluată D_2, chiar la mărimea determinată de punctul A".

În etapa a doua, dacă firma reuşeşte sporirea capacităţii de fabricaţie şi îşi permite, conform cererii pieţei, să ofere mai mult spre vânzare, ea poate opta pentru volumul de bunuri Q_1. Asigurându-şi dotarea D_1, mizează pe costul total cel mai mic, respectiv CT_1(B). Raţionamentul poate continua în

același mod, așa încât se observă că, unind originea sistemului de axe din Figura 7.3. cu punctele de *optim* (corespunzătoare *costurilor totale minime pentru fiecare variantă de producție*), se obține *curba costurilor totale pe termen lung* (CT_{TL} pe grafic), numită și *curba înfășurătoare a costurilor totale pe termen scurt*. Situarea pe lungimea ei indică agentului costul minim reclamat de volumul dorit al *output*-ului.

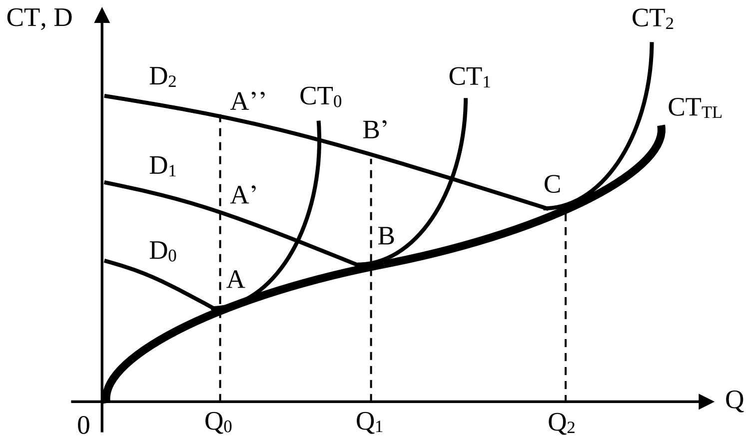


Figura 7.3. Evoluția costurilor totale pe termen lung (CT_{TL}) în cazul unui producător

unde:

- D_0 ... D_2 – nivelul dotărilor tehnice pe care se bazează creşterea capacităţii de fabricaţie;
- Q_0 ... Q_2 – capacităţile de producţie posibile;
- CT_0 ... CT_2 – curbele costurilor totale pe termen scurt.

Costurile totale medii pe termen lung (CTM_{TL})

În general, unul dintre criteriile de apreciere a viabilității unui agent economic este nivelul costului său mediu, știut fiind că acesta evoluează – în principiu – astfel: dacă la darea în folosință a unei capacități de producție are un nivel ridicat, pe parcurs el scade și atinge un punct de minim. Apoi, pe măsură ce capacitatea disponibilă este suprasolicitată, CTM începe să se majoreze, dovedind că procesul nu mai este rentabil.

Prezentăm grafic situația unui agent economic care are în vedere trei posibilități de alegere, pe termen scurt, în privința volumului (capacității) de fabricație (vezi Figura 7.4.).

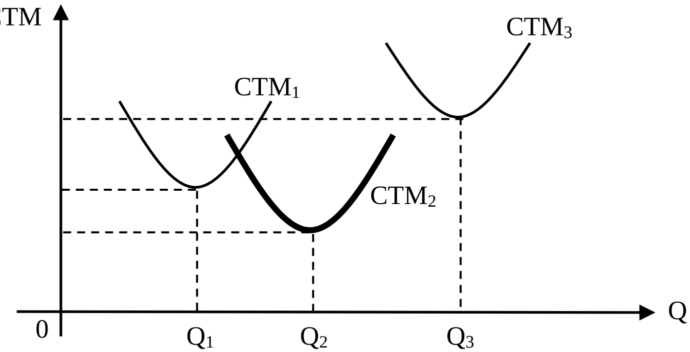


Figura 7.4. Costul total mediu CTM în variante determinate pe termen scurt de capacităţi de producţie diferite

În Figura 7.4., dacă întreprinderea optează pentru *producția de serie mică* Q_1, costul ei mediu va fi CTM_1. Dacă ea dorește / poate, va realiza $Q_2 > Q_1$ (*producție medie*), la un cost mediu $CTM_2 < CTM_1$. Dacă optează pentru *producție de serie mare* $Q_3 > Q_2 > Q_1$, costul său mediu ajunge la dimensiunea $CTM_3 > CTM_1 > CTM_2$. Varianta optimă pentru agentul în cauză este dată, pe termen scurt, de volumul de producție Q_2, pentru care CTM_2 este minim.

Atunci când factorul „preț” este cunoscut ca mărime, există un cost minim pentru fiecare nivel (variantă) de producție. Dacă includem această „metodă a costului minim” într-un grafic, obținem o curbă tangentă *în câte un punct al fiecărei curbe a CTM pe termen scurt*, numită *curba costurilor totale medii pe termen lung* sau *curba înfășurătoare a costurilor totale medii pe termen scurt* (CTM_{TL}, al cărei contur se observă în Figura 7.5.).

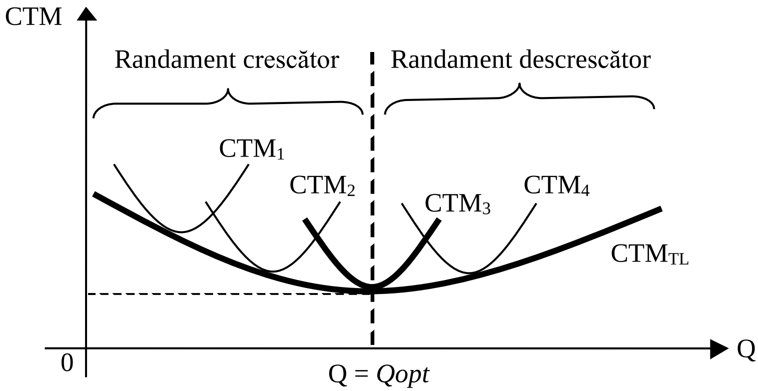


Figura 7.5. Curba costurilor totale medii pe termen lung (CTM_{TL})

unde:
- CTM_1 ... CTM_4 – costurile totale medii în patru variante de producție;
- CTM_{TL} – curba înfășurătoare a costurilor totale medii pe termen scurt (denumită și *curba costurilor totale medii pe termen lung*).

În Figura 7.5., curba costurilor totale medii pe termen lung (CTM_{TL}) este o „înfășurare" a familiei curbelor CTM pe termen scurt (la noi, în număr de patru, care *se deplasează* o dată cu modificarea prețului prod-factorilor. Dacă luăm în calcul creșterea infinitezimală a producției, curba înfășurătoare CTM_{TL} întretaie fiecare din curbele CTM pe termen scurt. Cei mai mulți teoreticieni afirmă că aceste intersecții se sesizează în punctele de minim ale CTM pe termen scurt; totuși, există și cei care socotesc că întretăierea amintită are loc în puncte apropiate de acestea, dar situate pe panta descrescătoare a curbelor respective.

Relația dintre sporirea producției și reducerea CTM_{TL} constituie baza *teoriei economiilor de scară*. Ea valorifică modificarea factorilor care influențează activitatea unui producător, asupra *output*-ului obținut. Iată situațiile posibile, potrivit Figurii 7.5.:

a. Pe „aripa” descendentă a curbei înfășurătoare se înregistrează *randamente crescătoare*, motivate de sporirea productivității medii $\overline{W}$ (producția a crescut mai repede decât cantitatea de *input* alocată). Au loc, deci, *economii de scară*.

b. Se înregistrează *randament constant* atunci când CTM rămân relativ neschimbate pe termen lung; $\overline{W}$ este nemodificată, iar volumul producției sporește în aceeași măsură cu cantitatea folosită din prod-factori.

c. *Randamentul descrescător* semnifică majorarea CTM_{TL}, datorită scăderii $\overline{W}$; *dezeconomiile de scară* apar din cauza faptului că *output*-ul crește, dar mai puțin decât o face cantitatea utilizată din prod-factori.

7.3. Abordări privind prețul

Prețul constituie o pârghie economică esențială, care *exprimă* sub formă bănească *valoarea* unei mărfi. De aceea, el nu oglindește doar elemente decurgând din costul de producție, ci și aspecte legate de utilitatea bunurilor pentru consumator. În sens general, prețul consemnează, deci, cantitatea de monedă care se plătește pentru achiziția unei mărfi (bun sau serviciu), în cadrul schimbului pe piață. Indiferent că e privit ca estimare bănească a valorii de schimb, ca sinonim al valorii sau ca expresie a acesteia, prețul constituie un indicator care reglează prioritățile producției în funcție de mai mulți factori de influență. Dintre ei, cei mai importanți sunt *cererea* (prin prisma utilității, a puterii de cumpărare ș.a.) și *oferta* (mai cu seamă prin intermediul costului de producție).

Funcțiile prețului se referă la următoarele elemente:

- ➔ Determinarea lui reprezintă o *bază de informare* pentru producători, determinând coordonarea dintre cerere – ofertă și luarea deciziilor optime.
- ➔ Prețul îndeplinește *funcția de calcul și de măsură a cheltuielilor* înregistrate de subiectul economic.

- ➔ Ca urmare, el presupune reușita efortului de *recuperare a costurilor* provocate de activitatea fiecărui producător, însemnând într-o etapă ulterioară *asigurarea obținerii de profit*.
- ➔ Prin motivația economică și psihologică, deosebit de importantă este *funcția de stimulare prin preț a producătorului*.
- ➔ Rolul prețului este completat prin *funcția de distribuire a veniturilor*.

Tipologia prețurilor are în vedere criterii de clasificare:

1) după *variație*:
   - prețuri *ferme* – stabilite la încheierea unor contracte de vânzare-cumpărare;
   - prețuri *unice* – cu nivel fix;
   - prețuri *cu limite de variație*: *minime* – care nu se pot micșora; *maxime* („*plafon*") – care nu se pot depăși.
2) după *modul de formare*:
   - prețuri *libere* – formate prin mecanismul cerere – ofertă;
   - prețuri *reglementate* – cu nivel determinat de norme metodologice, de mărimea costurilor ș.a.;
   - prețuri *de intervenție* – create de politicile comerciale ale unei țări, atunci când, în general, oferta unui produs depășește cererea;
   - prețuri *administrate* – stabilite de agenții economici care controlează o parte a pieței sau chiar întreaga piață.
3) după *natura și obiectul pieței*:
   - prețuri ale *bunurilor materiale*, *serviciilor* (tarife), *factorilor de producție* (salariu, dobândă, rentă), *hârtiilor de valoare* (cotație, curs) ș.a.;
   - prețuri *de licitație*;
   - prețuri *afișate* (*cotații la bursă*).

4) după *consistența schimbului*:
   - prețuri *en gros* („cu ridicata”);
   - prețuri *en détail* („cu amănuntul”).
5) după *momentul achitării*:
   - prețuri *„la vedere”* – plătibile imediat, contra mărfii livrate;
   - prețuri *„la termen”* – în cazul livrării ulterioare a bunurilor

7.4. Profitul – rezultat al activității economice

În urma activităților depuse în cursul unei perioade de timp, fiecare agent economic înregistrează rezultate determinate prin diferența dintre veniturile încasate și cheltuielile antrenate de realizarea scopului propus. Dacă veniturile respective depășesc cuantumul cheltuielilor totale ocazionate de desfășurarea activității subiectului, rezultatul obținut, *pozitiv*, îmbracă forma *profitului*. Dacă, însă, el este *negativ* (cheltuielile fiind superioare veniturilor), firma înregistrează *pierderi*.

Motivațiile realizării profitului au în vedere cel puțin câteva coordonate: *depășirea riscului*; *avantajele asupra competitorilor*; *existența unei oferte pe măsura cererii de bunuri*; *cucerirea unui anumit segment de piață*; *managementul eficient*; *echilibrul economico-financiar*; *obținerea profitului suplimentar*. *Titularii de profit* sunt agenții economici (persoane fizice și juridice).

În sens contabil, profitul (Pr_c) se deduce din relația: $Pr_c = V_t - Ch_t$ (unde: V_t – veniturile totale; Ch_t – cheltuielile totale). *În sens economic*, profitul este considerat rezultat pozitiv al activității unei firme, desfășurate într-o anumită perioadă de timp:

a. *la nivel de agent economic*: $Pr = V - CT$ (unde: Pr – profitul total al firmei; V – venitul obținut; CT – costurile totale ocazionate de activitate);

b. *la nivel de produs*: $Pr_u = P - C_u$ sau $Pr_u = P - CTM$ [unde: Pr_u – profitul unitar; P – prețul de vânzare unitar al produsului, considerat *venit mediu*: $P = \frac{V}{Q} = \frac{P \cdot Q}{Q}$ (unde: Q – nivelul producției; $C_u = CTM$ – costul unitar)].

Din punct de vedere *absolut*, *masa profitului* (Pr) reprezintă profitul în unități monetare, realizat de către un subiect economic, într-un interval în care produce bunuri și servicii vandabile. Dacă V > CT (pe produs, P > CTM), se obține profit; dacă V < CT (pe produs, P < CTM), se înregistrează pierderi (p).

Din punct de vedere relativ, calculăm *rata profitului* (Pr'), ca raport procentual între masa profitului și un indicator reprezentând: fie *cheltuielile totale (costurile)* CT, ocazionate de obținerea rezultatului înregistrat, fie *cifra de afaceri* (volumul încasărilor realizate din activitatea proprie) CA, fie *capitalul total (de referință)* K, fie alt element derivat din acestea. Concret, se iau în considerare următoarele variante:

$$Pr' = \frac{Pr}{CT}; \quad Pr' = \frac{Pr}{CA}; \quad Pr' = \frac{Pr}{K}.$$

Observăm în continuare principalele forme de profit.

✐ Un prim criteriu de categorisire a profitului este structura lui, în funcție de care remarcăm:

Profitul brut (Pr_b) este diferența dintre veniturile totale realizate (V) și cheltuielile efectuate (Ch_t) pentru obținerea rezultatului unei activități economice: $Pr_b = V - ChT$. Utilizăm și conceptul *profit brut de exploatare*, referitor la diferența pozitivă dintre veniturile din activitatea proprie (V, respectiv cifra de afaceri CA) și costurile totale (CT).

Profitul net (Pr_n) rezultă în urma diferenței dintre profitul brut și impozitul pe profit: $Pr_n = Pr_b - I_{Pr}$. În legătură cu conceptul de profit net se vorbește și despre *profitul admis* – o mărime a profitului stabilită sub incidența factorilor instituționali, prin decizia autorității statale (politica statului, îndreptată spre destinațiile profitului net obținut în diverse sectoare).

✐ În raport cu *limitele înregistrate*, distingem următoarele:

Profitul normal arată nivelul *minim* al profitului, *necesar și suficient pentru ca agentul economic să-și poată continua activitatea*. Privit în esență drept *cost de oportunitate*, el cuprinde elementele *costului implicit* (de oportunitate). *Sub limita profitului normal, producția nu se motivează.*

Profitul economic sau *pur* este diferența pozitivă dintre venitul total (încasările firmei) și costurile totale (*explicite* și *implicite*). Din altă perspectivă, el reprezintă diferența dintre profitul *total* și cel *normal* (constituind o mărime *reziduală* sau *rămasă*). *Când profitul economic este zero*, întreprinderea realizează *profit normal* sau *minimal* (situație întâlnită în condițiile *pieței cu concurență perfectă*).

Supraprofitul este surplusul de profit *peste cel obținut în condiții obișnuite de piață*, respectiv profitul *datorat unor condiții particulare* – de obicei economice (ca urmare a prețurilor fără acoperire, a diferențelor de preț între piețe ș.a.), naturale sau preferențiale. Exemple: cazul *eficienței deosebite* și cel *al firmei care activează pe piața de monopol*.

Profitul legitim i se cuvine întreprinzătorului, pentru contribuția sa la desfășurarea activității economice. El este motivat de procese de producție (pentru servicii aduse în legătură cu progresul tehnico-economic), de management, de reduceri de costuri și prețuri, precum și de elemente de depășire a riscurilor. Acest profit rezultă din respectarea prevederilor legale în vigoare – bază pentru obținerea de produse noi, superioare calitativ – dar și pentru realizarea de economii sau investiții.

Profitul nelegitim (*necâștigat*, *nemeritat*) este suma însușită de proprietarul unui factor de producție, fără ca acesta să fi participat la activitatea economică. El apare ca urmare a: încălcării prevederilor legale; creșterii arbitrare a costurilor și prețurilor; majorării marjei de profit peste cea admisă; dublelor înregistrări; sustragerii de la plata impozitelor; poziției privilegiate pe piață; politicilor protecționiste; inflației; reducerii neadmise a unor cheltuieli. Exemplu: profitul de monopol.

Pentru *determinarea mărimii profitului și maximizarea ei în cazul pieței cu concurență perfectă*, vom lua în considerare aplicația practică prezentată în Tabelul 7.1.

Tabelul 7.1. Maximizarea profitului în condiții de concurență perfectă
(în condițiile în care prețul unitar al bunului considerat este P = 400 $)

Producția vândută Q	Venitul V = P·Q ($)	Costul total CT ($)	Profit / pierderi (+)Pr / (-)p ($)	Costul total mediu CTM=CT/Q	Venitul marginal $V_{mg}=\Delta V/\Delta Q$	Costul marginal $C_{mg}=\Delta CT/\Delta Q$	Diferențe $V_{mg} - C_{mg}$	Decizia de producție
0	0	300	-300	∞				↗
					400	400	0	
1	400	700	-300	700				↗
					400	200	+200	
2	800	900	-100	450				↗
					400	300	+100	
3	1.200	1.200	0	400				↗
					400	**400**	**0**	
4	**1.600**	**1.600**	**0**	**400**				**opt.**
					400	900	-500	
5	2.000	2.500	-500	500				↘
					400	1.400	-1.000	
6	2.400	3.900	-1.500	650				↘

Referitor la datele din tabelul anterior (regăsite în Figura 7.6.), observăm că:

- Pentru Q = 0, V = 0 (încă nu există producție, deci nu se vinde nimic).

- Cu cât sporește cantitatea fabricată, venitul total V crește (prețul este constant, dar cantitatea vândută se amplifică, motivând majorarea încasărilor).
- Venitul marginal V_{mg} rămâne constant, fiind egal cu prețul bunului.
- Costul total CT crește pe măsură de producția comercializată este mai mare.
- Costul total mediu CTM are o tendință de scădere până la Q = 3, respectiv Q = 4 bucăți (unde se înregistrează min CTM = 400 $/buc.), urmată de alta, de creștere.
- Costul marginal C_{mg} are un parcurs descendent până la Q = 2 (min C_{mg} = 200, după care crește rapid, până la maximul de 1.400 $).
- $Q < 4$ bucăți $\rightarrow V_{mg} > C_{mg}$; $Q = 4$ bucăți $\rightarrow V_{mg} = C_{mg}$; $Q > 4$ bucăți $\rightarrow V_{mg} < C_{mg}$.
- $Pr = V - CT$; $V = P \cdot Q \rightarrow V = f(Q)$, respectiv $V = V(Q)$; $CT = CF+CV = CF+ CVM \cdot Q = CF + f(Q)$, respectiv $CT = CT(Q)$. Astfel, $Pr = V(Q) - CT(Q)$. Profitul se maximizează atunci când derivata lui în raport cu variabila Q este nulă (caz în care $V_{mg} = C_{mg}$).
- Profitul maxim (Pr = 0) este obținut când Q = 3 bucăți și Q = 4 bucăți. Echilibrul pe piața cu concurență perfectă se înregistrează în punctul E din Figura 7.6., unde: $V_{mg} = C_{mg}$ = 400 $; CTM_4 = 400 $ (minim); Q_4 = 4 bucăți (optimă); Pr_4 = 0 $.
- Orice firmă care, pe o piața cu concurență perfectă, vrea să-și maximizeze profitul, va proceda astfel:
  - va mări producția cât $V_{mg} > C_{mg}$ (dacă îi permite capacitatea de fabricație);
  - va obține *profit maxim* când $V_{mg} = C_{mg}$ (aici, 400 $), cantitatea realizată fiind *optimă*;
  - va evita creșterea producției peste cantitatea Q_{opt} (în cazul de față, 4 bucăți); în caz contrar, va acumula profituri tot mai reduse, ajungând în final să înregistreze pierderi.

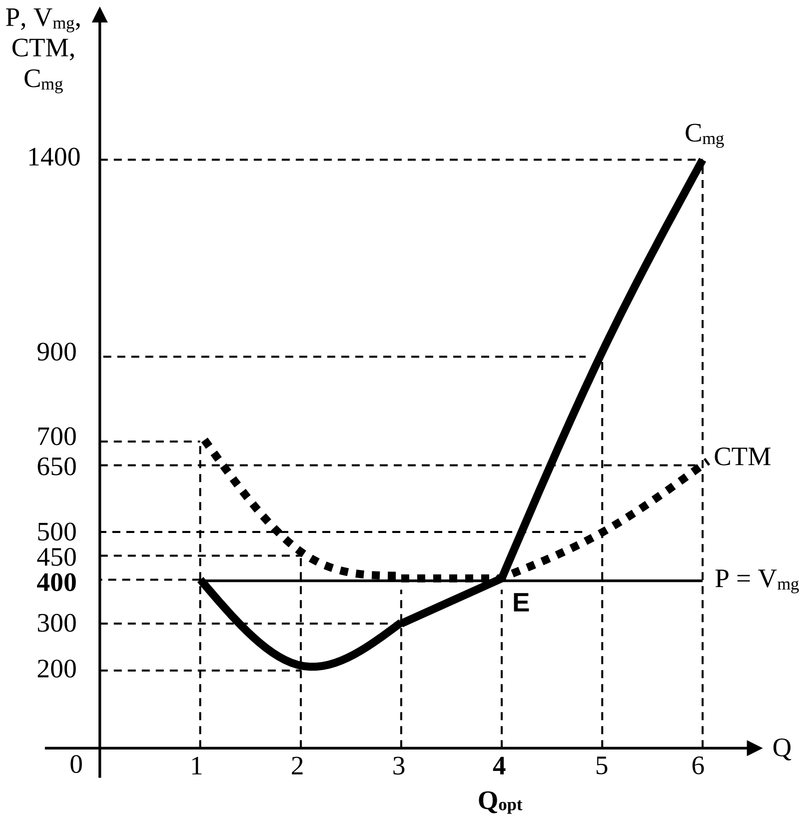


Figura 7.6. Coordonate generale ale poziției firmei care acționează pe piața cu concurență perfectă

În strânsă legătură cu conceptul de profit se studiază *pragul de rentabilitate* (Q_r). Acesta arată volumul producției unui agent economic, începând cu care întreprinderea înregistrează profit.

Corespunzător situației respective, punctul de plecare este relația

$$Pr = V - CT.$$

De aici, presupunem că producătorul înregistrează profitul care-i asigură continuarea activității (egal cu zero):

$Pr = 0 \Rightarrow V - CT = 0$, deci $V = CT$; $P \cdot Q = CF + CV$,
adică $P \cdot Q = CF + CVM \cdot Q$ sau $P \cdot Q - CVM \cdot Q = CF$;

$$Q \cdot (P - CVM) = CF \rightarrow Q = Q_r = \frac{CF}{P - CVM}$$

respectiv calculul matematico-economic al pragului de rentabilitate.

Pragul de rentabilitate se studiază în două variante:

a) *Ipoteza parcursului liniar al costurilor variabile* (Figura 7.7.):

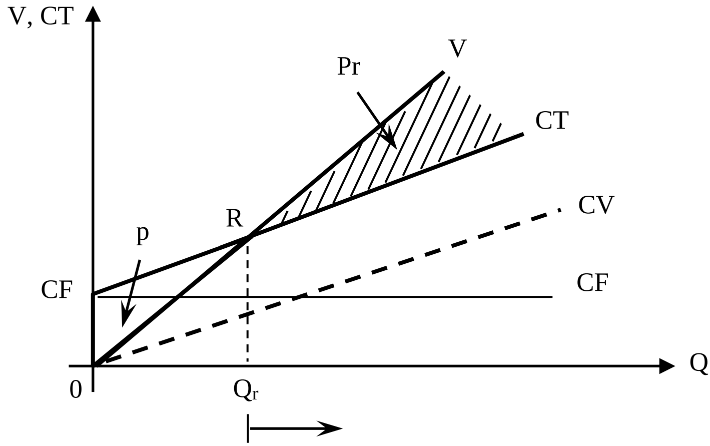


Figura 7.7. Pragul de rentabilitate (Q_r) în ipoteza liniarității costurilor variabile (CV)

În Figura 7.7., observăm că: intersecția curbelor V și CT duce la apariția pe grafic a două zone: una de pierderi (p), în care V < CT – alta corespunzătoare obținerii de profit (zona hașurată, în care V > CT); Q_r reprezintă pragul de rentabilitate (pentru care Pr = 0), începând cu care firma, mărindu-și producția, realizează profit; R este *punctul critic* sau *mort*, iar Q_r – *pragul critic al producției*.

b) *Ipoteza parcursului neliniar al costurilor variabile* (Figura 7.8.):

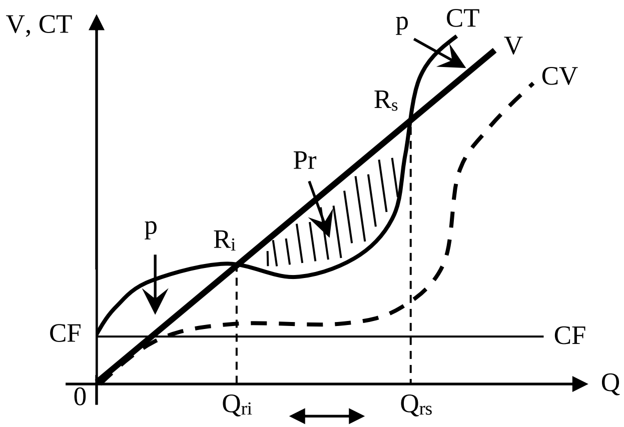


Figura 7.8. Pragul de rentabilitate (Q_r) în ipoteza neliniarității costurilor variabile (CV)

În Figura 7.8., pe grafic se formează trei *regiuni*: *(I)* V < CT – zonă în care se înregistrează pierderi (p); *(II)* V = CT – în cele două puncte R_i (*punct critic inferior*) și R_s (*punct critic superior*); *(III)* V > CT – zona hașurată delimitată de R_i și R_s, care corespunde unui volum al producției cuprins între Q_{ri} (*prag de rentabilitate inferior*) și Q_{rs} (*prag de rentabilitate superior*). Profitul maxim se înregistrează pentru $V_{mg} = C_{mg}$, între limitele Q_{ri} și Q_{rs} (respectiv R_i și R_s). *Factori care influențează nivelul Qr*: nivelul și structura costurilor fixe CF; nivelul, structura și evoluția costurilor variabile CV; mărimea și evoluția prețurilor; cererea de bunuri.

În legătură cu noțiunea *prag de rentabilitate* se analizează *condiția de închidere a unei firme* (*pragul de închidere*), fiindcă orice agent economic care nu-și mai poate acoperi costurile (avem în vedere mai ales costurile variabile CV) își va înceta activitatea pe termen scurt. De ce uneori, firma continuă să producă, fie și când P < CTM? Explicație: urmărind minimizarea pierderilor, *decizia de încheiere*

completă a activității va aduce mai multe prejudicii, decât fabricația în continuare a bunurilor respective. Deci *pragul de închidere* rezultă din următoarea „regulă”: Când prețul de vânzare scade atât de mult, încât venitul total al firmei este sub nivelul CV, iar P < CVM, *firma își va minimiza pierderile, încetându-și total activitatea*. Prețul pentru care V = CV *sau pentru care* pierderile egalizează CF se numește *prag (punct) de închidere* (Figura 7.9.). Dacă P depășește acest nivel, producția va urmări curba C_{mg}, iar pierderile vor fi *inferioare* celor cauzate de oprirea fabricației. Dacă P nu atinge pragul amintit, firma își va înceta activitatea, limitându-și pierderile la nivelul CF.

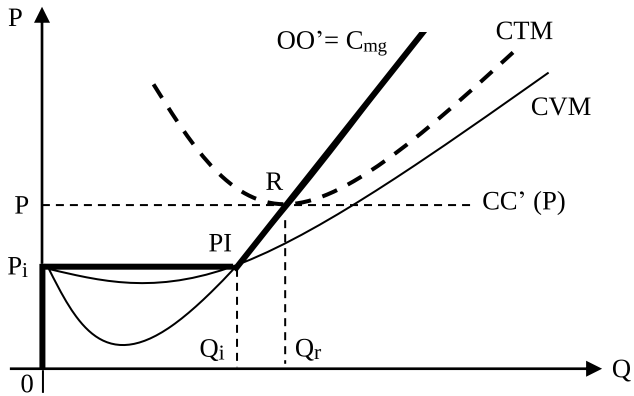


Figura 7.9. Pragul de rentabilitate și pragul de închidere

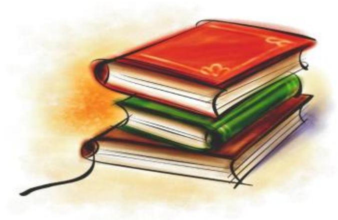
unde:

- CC’(P) – curba cererii, determinată de prețul P al mărfii vândute;
- Q_r – pragul de rentabilitate, determinat de punctul R (în care P = CTM);
- Q_i – pragul (punctul) de închidere, dat de punctul PI (în care P = CVM);
- P_i – nivelul prețului care corespunde pragului de închidere.

Partea a II-a

USEFUL TEXTS FOR STUDY

USEFUL TEXTS FOR STUDY (1)



The Study of Economics

Texts from: LUMEN,
at https://courses.lumenlearning.com/boundless-economics/chapter/the-study-of-economics/ (June 23, 2020)

„The evaluation of human interactions as it relates to preferences, decision making, and constraints is a significant foundation of economic theory. The complexity of the dynamics of human motivation and systems has led to the establishment of assumptions that form the basis of the theory of consumer and firm behavior, both of which are used to model circular flow interactions within the economy."

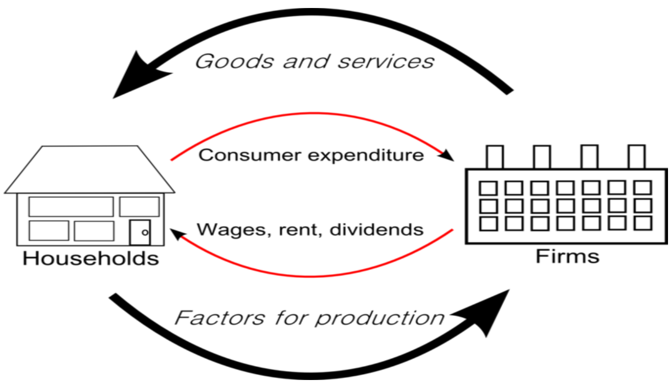


Figure 1. Circular Flow of the Economy

„*Economics* provides an accessible foundation for understanding the complexity of the interactions in the world. For example (Figure 1), the circular flow diagram displays the economic framework related to the dynamic interconnectedness of economic agents. In the graph above the display is limited to households and firms but other depictions of circular flow (more complexes) incorporate the government and international trading partners."

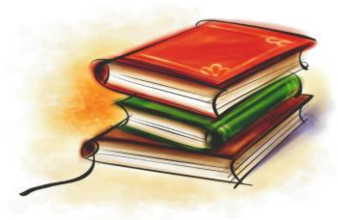
„Economics also allows individual agents to balance expectations."

„Economics is a social science that assesses the relationship between the consumption and production of goods and services in an environment of finite resources. A focus of the subject is how economic agents behave or interact both individually (microeconomics) and in aggregate (macroeconomics)."

„*Microeconomics* examines the behavior individual consumers and firms within the market, including assessment of the role of preferences and constraints."

„*Macroeconomics* analyzes the entire economy and the issues affecting it. Primary focus areas are unemployment, inflation, economic growth, and monetary and fiscal policy."

USEFUL TEXTS FOR STUDY (2)



Scientific Method Examples

Texts from: YOUR DICTIONARY,
at https://examples.yourdictionary.com/scientific-method-examples.html (June 21, 2020)

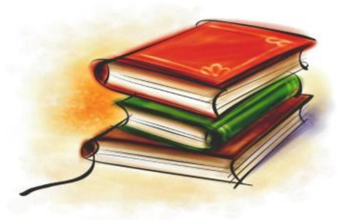
„*The scientific method* is a process created (...) through which hypotheses are developed, tested and either proven or disproven. It is the organized process of determining the accuracy of scientific theories through careful observation and experimentation."

„The scientific method is used when creating and executing an experiment. The purpose of the scientific method is to have a systematic way of *testing ideas* and reporting results in the process of scientific inquiry. A key component of the use of the scientific method is that it ensures that the experiment should be able to be replicated by anyone. If that is not possible, then the results are considered invalid."

„The scientific method consists of six steps: Define purpose / Construct hypothesis / Test the hypothesis and collect data / Analyze data / Draw conclusion / Communicate results."

„Before you can use the scientific method correctly in your own experiments, you must have a good understanding of *independent and dependent variables*. To better understand how the scientific method works in action, consider the following examples of simple experiments you can try yourself in everyday life."

USEFUL TEXTS FOR STUDY (3)



Caeteris Paribus (Ceteris paribus) in Economics

Texts from: YOUR DICTIONARY,
at https://examples.yourdictionary.com/ceteris-paribus-examples.html (June 24, 2020)

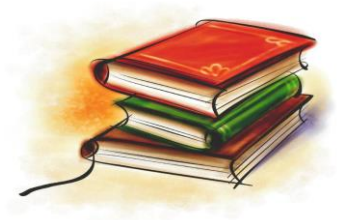
Ceteris paribus [orig. *Caeteris paribus*] (...) means << other things being equal >>.

„It is used when people want to explain a situation of cause and effect, but do not want to examine all of the factors in a situation at once; rather, they want to zero in on how the change in just one independent variable will affect another dependent variable when all the other factors in the situation stay the same."

„If the price of beef increases, *ceteris paribus*, people will purchase less beef. In this situation, ceteris paribus means that the possibility of other changes affecting the sales of beef will not be considered. Other things could happen that would keep the sales of beef the same or even increase the sales of beef – for example, the price of other meats could increase even more than the price of beef increased, leaving beef as the cheapest meat available, or the Centers for Disease Control could announce that eating beef prevents cancer, which would most likely increase the sales of beef – but in this situation, we only want to consider what happens if the price of beef rises while keeping all other factors the same."

„If the US drilled for oil off of its own shores, *ceteris paribus*, the price of gasoline in the US would drop significantly. This does not factor in any other variables that could affect the price of gasoline in the US – factors that could, perhaps, keep the price of gasoline high even if the US did drill close to home. For example, the United States government could add so many taxes onto the price of gas at the pump that the price consumers would pay for domestic gasoline could be equal to or higher than gas obtained from oil from other countries. Environmental laws could be enacted that would require companies drilling for domestic oil to pay exorbitant amounts of money for insurance policies, and this price could be passed along to the consumer, therefore keeping the price of gas high."

USEFUL TEXTS FOR STUDY (4)



Giffen Good Definition

Texts: by Tejvan Pettinger,
at
https://www.economicshelp.org/blog/1189/economics/giffen-good/ (June 20, 2020)

„The *law of demand* says a higher price leads to lower demand. However, *there* are two exceptions:"

„*Veblen Good* (*ostentatious good*). The basic principle is that as price rises people buy more. This is because people think if it is more expensive it must be better quality. This is possible for some designer clothes etc. With a Veblen good, the demand curve is shifting to the right – rather than demand upwardly sloping like Giffen good."

„A *Giffen Good*. A good where a higher price causes an increase in demand (reversing the usual law of demand). The increase in demand is due to the income effect of the higher price outweighing the substitution effect."

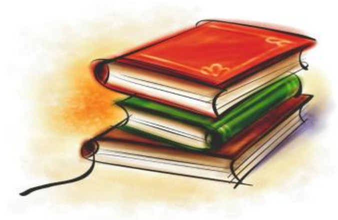
- „The concept of a Giffen good is limited to very poor communities with a very limited choice of goods."
- „The idea is that if you are very poor and the price of your basic foodstuff (e.g. bread) increases, then you can't afford the more expensive alternative food (meat) therefore, you end up buying more bread because it is the only thing you can afford."

- „Suppose you have a very low income and eat two basic foodstuffs rice and meat.
  - Meat is a luxury and is much more expensive than rice.
  - If rice increased in price, your disposable income is effectively reduced significantly.
  - Therefore, with a reduction in disposable income – you buy less meat
  - To compensate for less meat, you buy more rice to gain enough calories."

- „It is quite rare and whether it really happens has a little uncertainty. But, it shows that there are two factors affecting demand price (substitution effect) and income."

- „With a Giffen good, if rice continues to rise in prices, demand may eventually fall because the poor workers will not be able to even afford rice."

USEFUL TEXTS FOR STUDY (5)



Advantages of a Market Economy

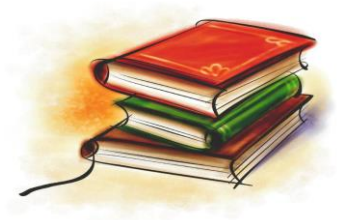
Texts: by Laura Green,
at https://www.investopedia.com/ask/answers/033015/what-are-some-advantages-market-economy-over-other-types-economies.asp (June 20, 2020)

„There are four types of economies: traditional, command, market, and mixed (a combination of a market economy and a planned economy). A market economy, also known as a free market or free enterprise, is a system in which economic decisions, such as the prices of goods and services, are determined by supply and demand. The assumption behind a market economy is that supply and demand are the best determinants for an economy's growth and health. These market forces influence what goods should be produced, how many goods should be produced, at what price the goods should be sold, Et al. The advantages of a market economy include increased efficiency, productivity, and innovation."

„In a *truly free market (theoretical expression, as it is known – see: G. Bodea, course support)*, all resources are owned by individuals, and the decisions about how to allocate such resources are made by those individuals rather than governing bodies. *Because governments have some involvement, there are no recognized economies that are 100% free*."

- „A market economy is an economy in which supply and demand drive economic decisions, such as the production of goods and services, investments, pricing, and distribution.
- A market economy promotes free competition among market participants.
- Notable benefits of a market economy are increased efficiency, production, and innovation.”

USEFUL TEXTS FOR STUDY (6)



Law of Diminishing Marginal Utility

Texts: by Will Kenton, reviewed by Brian Barnier, at https://www.investopedia.com/terms/l/lawofdiminishingutility.asp (June 20, 2020)

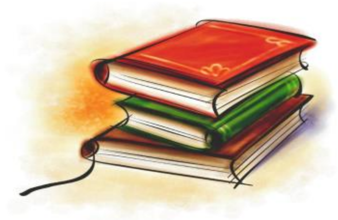
„The Law Of Diminishing Marginal Utility states that all else equal as consumption increases the marginal utility derived from each additional unit declines."

„Marginal utility is derived as the change in utility as an additional unit is consumed. Utility is an economic term used to represent satisfaction or happiness. Marginal utility is the incremental increase in utility that results from consumption of one additional unit."

„The Law (...) directly relates to the concept of diminishing prices. As the utility of a product decreases as its consumption increases, consumers are willing to pay smaller dollar amounts for more of the product. For example, assume an individual pays $100 for a vacuum cleaner. Because he has little value for a second vacuum cleaner, the same individual is willing to pay only $20 for a second vacuum cleaner. (...) The price charged for an item must correspond to the consumer's marginal utility and willingness to consume or utilize the good."

„An individual can purchase a slice of pizza for $2; she is quite hungry and decides to buy five slices of pizza. After doing so, the individual consumes the first slice of pizza and gains a certain positive utility from eating the food. Because the individual was hungry and this is the first food she consumed, the first slice of pizza has a high benefit. Upon consuming the second slice of pizza, the individual's appetite is becoming satisfied. She wasn't as hungry as before, so the second slice of pizza had a smaller benefit and enjoyment as the first. The third slice, as before, holds even less utility as the individual is now not hungry anymore. In fact, the fourth slice of pizza has experienced a diminished marginal utility as well, as it is difficult to be consumed because the individual experiences discomfort upon being full from food. Finally, the fifth slice of pizza cannot even be consumed. The individual is so full from the first four slices that consuming the last slice of pizza results in negative utility. The five slices of pizza demonstrate the decreasing utility that is experienced upon the consumption of any good."

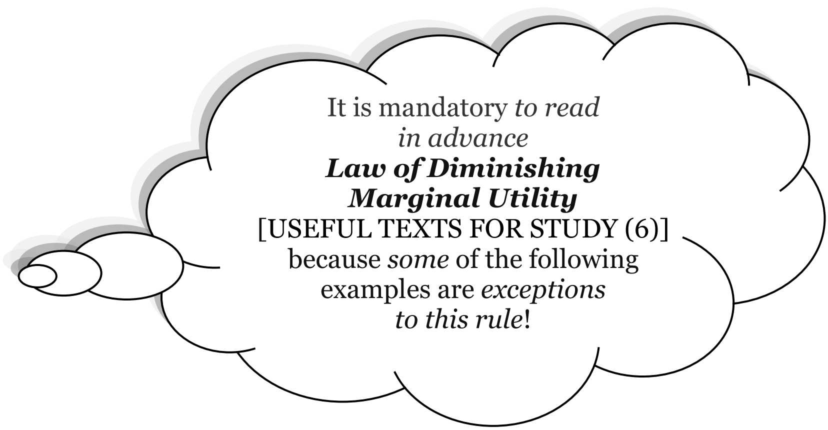
USEFUL TEXTS FOR STUDY (7)



Marginal Utility Examples

Texts from: YOUR DICTIONARY,
at https://examples.yourdictionary.com/marginal-utility-examples.html (June 20, 2020)

„There is often something extra satisfying about obtaining or using more than one of a certain item, whether that item is a can of soda, a pair of jeans, or an airline ticket. The extra satisfaction is an economic term called *marginal utility*."



Zero Marginal Utility

- „When you put your money into a machine to purchase a newspaper, the door opens, and you could presumably take more than one newspaper. However, there is typically little to no satisfaction in having more than one edition of the same newspaper."
- „A family of five purchases tickets to an amusement park, and is told there is a << buy five, get the sixth one free >> sale. However, there is no additional happiness from that sixth ticket because they only need five tickets. If, however, they had a friend or relative they wanted to take with them, the sixth ticket would have positive marginal utility."
- „A person may win two airline tickets, but if he or she does not have someone to travel with to that particular destination on those particular dates, there is no additional satisfaction to having that second ticket."

<<Positive >> Marginal Utility

✓ „Unlike newspaper machines, soda machines are designed to only dispense one soda at a time. This is because additional satisfaction can be gained from drinking more than one soda."

✓ „One haircut at a salon costs $40. However, customers can pay up front for five haircuts, totaling $200, and receive a coupon for a sixth cut free. If a person would eventually purchase six cuts, there can be great satisfaction in paying for the greater number of cuts up front because the cost of each hair cut is reduced in the end."

<<Negative >> Marginal Utility

✏ „Antibiotics in the right dosage can kill harmful bacteria in a person's body. However, taking more antibiotics does not necessarily mean getting better faster or to a better extent. Taking more than necessary may not be useful, and could eventually harm a person's body."

✏ „Taking more vitamins than necessary does not actually give a person's body more of that particular vitamin; rather, the excess than cannot be absorbed by the body are passed out of the person's system."

- ✐ „Using more shampoo than necessary does not make a person's hair cleaner; the excess shampoo is simply washed away and wasted."
- ✐ „If a person is thirsty, he or she will find satisfaction in drinking water. However, after a certain point, the person is hydrated, and it can be harmful to drink too much water past that point."

Increasing Marginal Utility (like exception – see: G. Bodea, course support)

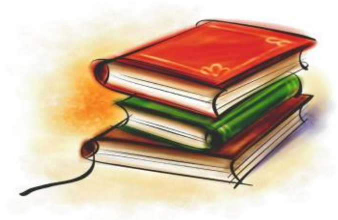
- ➔ „When building a stool, the first two legs appear to have little value because the stool cannot stand. However, there is great value placed on the third leg, because it is needed for the stool to stand up."
- ➔ „There is greater satisfaction in finding the 52nd card of a deck of cards than in finding the first 51, because it completes the deck."
- ➔ „There is greater satisfaction in finding the second shoe than there was in finding the first, since the second shoe gives you a complete pair of shoes."

Diminishing Marginal Utility

- ➢ „Consuming one candy bar may satisfy a person's sweet tooth. If a second candy bar is consumed, the satisfaction of eating that second bar will be less than the satisfaction gained from eating the first. If a third is eaten, the satisfaction will be even less."
- ➢ „After holding your breath under water, coming up for air and taking that first breath feels wonderful. The second breath may bring satisfaction as well, but the satisfaction will decrease as more breaths are taken."

„These examples illustrate the concept of marginal utility and *show that one more may, or may not, be better*."

USEFUL TEXTS FOR STUDY (8)



Factors of Production

Texts: by Adam Hayes, reviewed by Janet Berry-Johnson,
at https://www.investopedia.com/terms/f/factors-production.asp
(June 20, 2020)

„Factors of production are the *inputs* needed for the creation of a good or service. The factors of production include land, labor, entrepreneurship, and capital."

Land as a Factor
„Land has a broad definition as a factor of production and can take on various forms, from agricultural land to commercial real estate to the resources available from a particular piece of land. Natural resources, such as oil and gold, can be extracted and refined for human consumption from the land. Cultivation of crops on land by farmers increases its value and utility. For a group of early French economists called the physiocrats who pre-dated the classical political economists, the land was responsible for generating economic value."

Labor as a Factor
„Labor refers to the effort expended by an individual to bring a product or service to the market. Again, it can take on various forms. For example, the construction worker at a hotel site is part of labor as is the waiter who serves guests or the receptionist who enrolls them into the hotel."

„Within the software industry, labor refers to the work done by project managers and developers in building the final product. Even an artist involved in making art, whether it is a painting or a symphony, is considered labor."

Capital as a Factor

„In economics, capital typically refers to money. But money is not a factor of production because it is not directly involved in producing a good or service. Instead, it facilitates the processes used in production by enabling entrepreneurs and company owners to purchase capital goods or land or pay wages. For modern mainstream (neoclassical) economists, capital is the primary driver of value."

„As a factor of production, capital refers to the purchase of goods made with money in production. For example, a tractor purchased for farming is capital. Along the same lines, desks and chairs used in an office are also capital."

„It is important to distinguish personal and private capital in factors of production. A personal vehicle used to transport family is not considered a capital good. But a commercial vehicle that is expressly used for official purposes is considered a capital good. During an economic contraction or when they suffer losses, companies cut back on capital expenditure to ensure profits. During periods of economic expansion, however, they invest in new machinery and equipment to bring new products to market."

„An illustration of the above is the difference in markets for robots in China versus the United States after the financial crisis. China experienced a multiyear growth cycle after the crisis and its manufacturers invested in robots to improve productivity at their facilities and meet growing market demands. As a result, the country became the biggest market for robots. Manufacturers within the United States, which had been in the throes of an economic recession after the financial crisis, cut back on their investments related to production due to tepid demand."

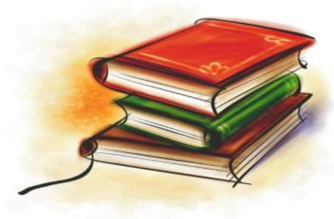
Entrepreneurship as a Factor
„Entrepreneurship is the secret sauce that combines all the other factors of production into a product or service for the consumer market. An example of entrepreneurship is the evolution of social media behemoth Facebook Inc. (FB). Mark Zuckerberg assumed the risk for the success or failure of his social media network when he began allocating time from his daily schedule towards that activity. At the time that he coded the minimum viable product himself, Zuckerberg's labor was the only factor of production."

„Another example of entrepreneurship is Starbucks Corporation (SBUX). The retail coffee chain needs all four factors of production: land (prime real estate in big cities for its coffee chain), capital (large machinery to produce and dispense coffee), and labor (employees at its retail outposts for service). The company's founder Howard Schulz was the first person to realize that a market for such a chain existed and figured out the connections between the other three factors of production."

Special Considerations: Technology's Role in Production
„While it is not directly listed as a factor, technology plays an important role in influencing production. In this context, technology has a fairly broad definition and can be used to refer to software, hardware, or a combination of both used to streamline organizational or manufacturing processes."

„Increasingly, technology is responsible for the difference in efficiency between firms. To that end, technology, like money, is a facilitator of the factors of production. The introduction of technology into a labor or capital process makes it more efficient. For example, the use of robots in manufacturing has the potential to improve productivity and output. Similarly, the use of kiosks in self-serve restaurants can help firms cut back on their labor costs."

USEFUL TEXTS FOR STUDY (9)



Productivity

Texts: by Will Kenton,
at https://www.investopedia.com/terms/p/productivity.asp
(June 23, 2020)

„Productivity, in economics, measures output per unit of input, such as labor, capital or any other resource – and is typically calculated for the economy as a whole, as a ratio of gross domestic product (GDP) to hours worked. Labor productivity may be further broken down by sector to examine trends in labor growth, wage levels and technological improvement. Corporate profits and shareholder returns are directly linked to productivity growth."

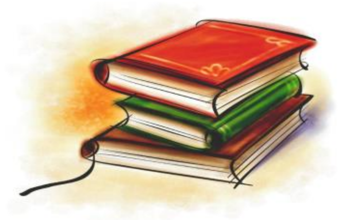
„At the corporate level, where productivity is a measure of the efficiency of a company's production process, it is calculated by measuring the number of units produced relative to employee labor hours or by measuring a company's net sales relative to employee labor hours."

„Productivity is the key source of economic growth and competitiveness. A country's ability to improve its standard of living depends almost entirely on its ability to raise its output per worker, i.e., producing more goods and services for a given number of hours of work. Economists use productivity growth to model the productive capacity of economies and determine their capacity utilization rates. This, in turn, is used to forecast business cycles and predict future levels of GDP growth."

Labor Productivity
„The most commonly reported productivity measure is *labor productivity* published by the Bureau of Labor Statistics. This is based on the ratio of GDP to total hours worked in the economy. Labor productivity growth comes from increases in the amount of capital available to each worker (capital deepening), the education and experience of the workforce (labor composition) and improvements in technology (multi-factor productivity growth)."

„Productivity is not necessarily an indicator of the health of an economy at a given point in time. *For example*, in the 2009 recession in the United States, output and hours worked were both falling while productivity was growing — because hours worked were falling faster than output. Because gains in productivity can occur both in recessions and in expansions — as it did in the late 1990s — one needs to take the economic context into account when analyzing productivity data."

USEFUL TEXTS FOR STUDY (10)



Examples of the Supply and Demand Concept

Texts from: YOUR DICTIONARY,
at https://examples.yourdictionary.com/supply-and-demand-examples.html (June 24, 2020)

„Supply refers to the amount of goods that are available."

„Demand refers to how many people want those goods."

Examples of the Supply and Demand Concept

- „When supply of a product goes up, the price of a product goes down and demand for the product can rise because it costs loss."
- „At some point, too much of a demand for the product will cause the supply to diminish. As a result, prices will rise. The product will then become too expensive, demand will go down at that price and the price will fall."
- „Supply and demand should reach an equilibrium. The amount of goods being supplied is the same as the amount demanded and resources are allocated efficiently."

Examples of the Law of Supply

- „Corn crops are very plentiful over the course of the year and there is more corn than people would normally buy. To get rid of the excess supply, farmers need to lower the price of corn and thus the price is driven down for everyone."

- ✏ „There is a drought and very few strawberries are available. More people want the strawberries than there are berries available. The price of strawberries increases dramatically."
- ✏ „A huge wave of new, unskilled workers come to a city and all of the workers are willing to take jobs at low wages. Because there are more workers than there are available jobs, the excess supply of workers drives wages downward."

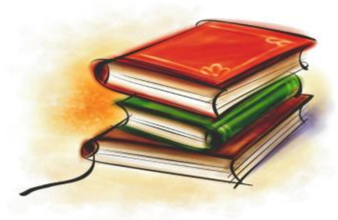
Examples of the Law of Demand

- ✓ „A popular artist dies and, thus, he obviously will be producing no more art. Demand for his art increases substantially as people want to purchase the few pieces that exist."
- ✓ „A cultural fad item that was *all-the-rage* for a period of time falls out of favor and is no longer „cool" Demand for the item falls dramatically as it is no longer the must-have item of the season."
- ✓ „A new restaurant opens up in town and gets great reviews. There are only 12 tables in the restaurant but everyone wants to get a reservation. Demand for the reservations goes up."

How the Law of Supply and Demand Works

- „A company sets the price of its product at $10.00. No one wants the product, so the price is lowered to $9.00. Demand for the product increases at the new lower price point and the company begins to make money and a profit."
- „The company could lower the price to $5.00 to increase demand even more, but the increase in the number of people buying the product would not make up money lost when the price point was lowered from $9.00 to $5.00. The company leaves the price set at $9.00 because that is the point at which supply and demand are in equilibrium. Raising the price would reduce demand and make the company less profitable, while lowering the price would not increase demand by enough to make up the money lost."

USEFUL TEXTS FOR STUDY (11)



Equilibrium

Texts: by James Chen,
at https://www.investopedia.com/terms/e/equilibrium.asp
(June 25, 2020)

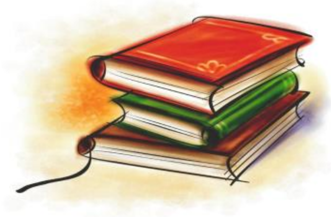
„Equilibrium is the state in which market supply and demand balance each other, and as a result, prices become stable. Generally, an over-supply of goods or services causes prices to go down, which results in higher demand. The balancing effect of supply and demand results in a state of equilibrium."

„The equilibrium price is where the supply of goods matches demand. When a major index experiences a period of consolidation or sideways momentum, it can be said that the forces of supply and demand are relatively equal and that the market is in a state of equilibrium."

- „A market is said to have reached equilibrium price when the supply of goods matches demand."
- „A market in equilibrium demonstrates three characteristics: behavior of agents is consistent, there are no incentives for agents to change behavior, and a dynamic process governs equilibrium outcome."
- „Disequilibrium is the opposite of equilibrium and it is characterized by changes in conditions that affect market equilibrium."

Example of Equilibrium
„A store manufactures 1,000 spinning tops and retails them at $10 per piece. But no one is willing buy them at that price. To pump up demand, the store reduces their price to $8. There are 250 buyers at that price point. In response, the store further slashes the retail cost to $5 and garners five hundred buyers in total. Upon further reduction of the price to $2, one thousand buyers of the spinning top materialize. At this price point, supply equals demand. Hence $2 is the equilibrium price for the spinning tops."

USEFUL TEXTS FOR STUDY (12)



Economic Agents

Texts from: APB,
at https://www.apb.pt/financial_system/economic_agents
(June 25, 2020)

Firm

Texts: by Will Kenton,
at https://www.investopedia.com/terms/f/firm.asp
(June 25, 2020)

„Economic agents are any individuals, institutions or groups of institutions that play a part in any economic circuit through their rational actions and decisions. Although they have different roles in the economic, production, investment or consumption circuit, they establish essential economic relationships with each other:

- ➔ *State*: Makes consumption, investment and economic policy decisions;
- ➔ *Households*: Make decisions on consumption of goods and services and on savings, depending on their income;
- ➔ *Companies*: Make investment, production and employment decisions."

„These three agents and financial institutions are part of a *closed economy*. However, it is increasingly necessary to consider a fourth agent – *outside regions* with which the other economic agents do considerable business in an *open economy*."

What Is a Firm?
„A firm is a for-profit business organization – such as a corporation, limited liability company (LLC), or partnership – that provides professional services."

„In microeconomics, the theory of the firm attempts to explain why firms exist, why they operate and produce as they do, and how they are structured. The theory of the firm asserts that firms exist to maximize profits; however, this theory changes as the economic marketplace changes. More modern theories would distinguish between firms that work toward long-term sustainability and those that aim to produce high levels of profit in a short time."

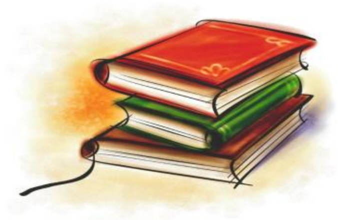
- „A firm is a for-profit business, usually formed as a partnership, that provides professional services, such as legal or accounting services.
- The theory of the firm posits that firms exist to maximize profits.
- Not to be confused with a firm, a company is a business that sells goods and/or services for profit and includes all business structures and trades."

Types of Firms
„A firm's business activities are typically conducted under the firm's name, but the degree of legal protection—for employees or owners—depends on the type of ownership structure under which the firm was created. Some organization types, such as corporations, provide more legal protection than others. There exists the concept of the mature firm that has been firmly established. Firms can assume many different types based on their ownership structures:

- ✓ A *sole proprietorship or sole trader* is owned by one person, who is liable for all costs and obligations, and owns all assets. Although not common under the firm umbrella, there exists some sole proprietorship businesses that operate as firms.
- ✓ A *partnership* is a business owned by two or more people; there is no limit to the number of partners that can have a stake in ownership. A partnership's owners each are liable for all business obligations, and together they own everything that belongs to the business.

- ✓ In a *corporation*, the businesses' financials are separate from the owners' financials. Owners of a corporation are not liable for any costs, lawsuits, or other obligations of the business. A corporation may be owned by individuals or by a government. Though business entities, corporations can function similarly to individuals. For example, they may take out loans, enter into contract agreements, and pay taxes. A firm that is owned by multiple people is often called a company.
- ✓ A *financial cooperative* is similar to a corporation in that its owners have limited liability, with the difference that its investors have a say in the company's operations."

USEFUL TEXTS FOR STUDY (13)



Cost vs. Price: What's the Difference?

Texts: by / according to Chris B. Murphy,
at https://www.investopedia.com/ask/answers/101314/what-difference-between-cost-and-price.asp (June 28, 2020)

„The words << cost >> and << price >> are often used interchangeably *(specification: in the common /* everyday *language! – see: G. Bodea, course support)*, however, when it comes to accounting and financial statements, *both words mean something different*. When conducting any financial analysis, before making any investment decisions, it's important to understand the difference between the two and how they play a part in a company's financial profile."

„*The Bottom Line:* Though similar in everyday language, cost and price are two different but related terms. The cost of a product or service is the monetary outlay incurred to create a product or service, whereas the price, determined by supply and demand in a free market, is what an individual is willing to pay and a seller is willing to sell for a product or service."

- „Cost is typically the expense incurred for making a product or service that is sold by a company.
- Price is the amount a customer is willing to pay for a product or service.
- The cost of producing a product has a direct impact on both the price of the product and the profit earned from its sale. "

„*Cost* is typically the expense incurred for creating a product or service being sold by a company. The costs involved in manufacturing might include the raw materials used in making the product. The amount of cost it takes to produce a product can have a direct impact on both the price of the product and the profit earned from its sale."

„For some companies, the total costs of making a product are listed under the cost of goods sold, which is the total of the direct costs involved in production. These costs might include direct materials, such as raw materials, and direct labor for the manufacturing plant."

„On the other hand, a retail store might include a portion of the building's operating expenses and the sales associate's salary in their costs. For the items sold through the company's website rather than the physical store, the expenses of designing and operating the website might be included in the costs."

„*Price* is the amount a customer is willing to pay for a product or service. The difference between the price paid and the costs incurred is the *profit*. If a customer paid $10 for an item that cost $6 to produce and sell, the company earned $4 in profit."

„The appropriate price of a product or service is based on supply and demand. The two opposing forces are always trying to achieve an equilibrium where the quantity of the goods or services provided matches the demand of the corresponding market and its ability to acquire the good or service. The concept allows for price adjustments as market conditions change."

„For example, suppose that market forces determine that a widget costs $5. A widget buyer is, therefore, willing to forgo the utility in $5 to possess the widget, and the widget seller perceives that $5 is a fair price for the widget. This simple theory of determining prices is one of the core principles underlying economic theory."

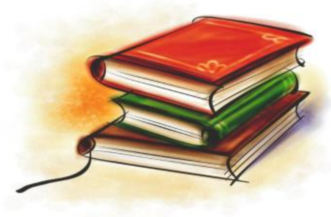
„Every company must determine the price customers will be willing to pay for their product or service, while also being mindful of the cost of bringing that product or service to market."

For the following, it is
mandatory *to read*
Examples of the Supply and Demand Concept
[USEFUL TEXTS FOR STUDY (10)]

„*Supply* is the number of products or services the market can provide, including tangible goods, such as automobiles, or intangible goods, such as the ability to make an appointment with a skilled service provider. In each instance, supply is finite—there are only a certain number of automobiles and appointments available at any given time."

„*Demand* is the market's desire for the item, tangible or intangible. The number of potential consumers available is always finite as well. Demand may fluctuate depending on a variety of factors, such as an item's perceived value, or affordability, by the consumer market."

USEFUL TEXTS FOR STUDY (14)



Examples of Opportunity Cost

Texts from: YOUR DICTIONARY,
at https://examples.yourdictionary.com/opportunity-cost-examples.html (June 29, 2020)

„*Opportunity cost* is the value of something when a particular course of action is chosen. Simply put, the opportunity cost is what you must forgo in order to get something. The benefit or value that was given up can refer to decisions in your personal life, in a company, in the economy, in the environment, or on a governmental level."

Examples of Opportunity Cost

➔ „Someone gives up going to see a movie to study for a test in order to get a good grade. The opportunity cost is the cost of the movie and the enjoyment of seeing it.

➔ At the ice cream parlor, you have to choose between rocky road and strawberry. When you choose rocky road, the opportunity cost is the enjoyment of the strawberry.

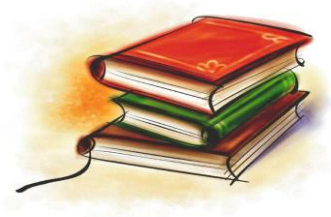
➔ A player attends baseball training to be a better player instead of taking a vacation. The opportunity cost was the vacation.

➔ Jill decides to take the bus to work instead of driving. It takes her 60 minutes to get there on the bus and driving would have been 40, so her opportunity cost is 20 minutes.

➔ This semester you can only have one elective and you want both basket-weaving and choir. You choose basket weaving and the opportunity cost is the enjoyment and value you would have received from choir.

- ➔ The opportunity cost of taking a vacation instead of spending the money on a new car is not getting a new car.
- ➔ When the government spends $15 billion on interest for the national debt, the opportunity cost is the programs the money might have been spent on, like education or healthcare.
- ➔ If you decide not to go to work, the opportunity cost is the lost wages.
- ➔ For a farmer choosing to plant corn, the opportunity cost would be any other crop he may have planted, like wheat or sorghum.
- ➔ Tony buys a pizza and with that same amount of money he could have bought a drink and a hot dog. The opportunity cost is the drink and hot dog.
- ➔ You decide to spend $80 on some great shoes and do not pay your electric bill. The opportunity cost is having the electricity turned off, having to pay an activation fee and late charges. You might also have food in the fridge that gets ruined and that would add to the total cost.
- ➔ As a consultant, you get $75 an hour. Instead of working one night, you go to a concert that costs $25 and lasts two hours. The opportunity cost of the concert is $150 for two hours of work.
- ➔ David decides to quit working and got to school to get further training. The opportunity cost of this decision is the lost wages for a year.
- ➔ Caroline has $15,000 worth of stock she can sell now for $20,000. She wanted to wait two months because the stock was expected to increase. She decides to sell now. The opportunity cost would be determined in two months and would be the difference between the $20,000 and the price she would have gotten if she sold the stock then."

USEFUL TEXS FOR STUDY (15)



Economic Profit (or Loss)

Texts: by Alicia Tuovila, reviewed by Margaret James,
at https://www.investopedia.com/terms/e/economicprofit.asp
(June 30, 2020)

Profit and Loss Statement (P&L)

Texts: by Nathan Reiff, reviewed by Julius Mansa,
at https://www.investopedia.com/terms/p/plstatement.asp
(June 30, 2020)

„An *economic profit* or *loss* is the difference between the revenue received from the sale of an output and the costs of all inputs used as well as any *opportunity costs*. In calculating economic profit, opportunity costs and *explicit costs* are deducted from revenues earned. *Opportunity costs* are a type of *implicit cost* determined by management and will vary based on different scenarios and perspectives."

For the following, it is mandatory
to read
Examples of Opportunity Cost
[USEFUL TEXTS FOR STUDY (14)]

- „Economic profit is the result of subtracting both explicit and opportunity costs from revenue.
- Opportunity costs are the benefit that a business misses out on when choosing between alternatives.
- Economic profit is used for internal analysis and is not required for transparent disclosure."

„*Economic profit* is often analyzed in conjunction with *accounting profit*. *Accounting profit* is the profit a company shows on its *income statement (see the following explanations – see: G. Bodea, course support)*. Accounting profit measures actual inflows versus outflows and is part of required financial transparency."

„The calculation for economic profit can vary by entity and scenario. In general, it can be captured as follows:

Economic Profit = Revenues – Explicit Costs – Opportunity Costs

In this equation, excluding the opportunity costs results in just the accounting profit, but subtracting the opportunity costs as well can provide a proxy for comparison to other options that could have been undertaken."

„*The profit and loss (P&L) statement* is a financial statement that summarizes the revenues, costs, and expenses incurred during a specified period, usually a fiscal quarter or year. The P&L statement is synonymous with the *income statement*. These records provide information about a company's ability or inability to generate profit by increasing revenue, reducing costs, or both."

„It is important to compare income statements from different accounting periods, as the changes in revenues, operating costs, research and development spending, and net earnings over time are more meaningful than the numbers themselves. For example, a company's revenues may grow, but its expenses might grow at a faster rate."

BIBLIOGRAFIE GENERALĂ

Lucrări de specialitate:

1. Abraham-Frois, Gilbert, *Economia politică*, Ed. Humanitas, Bucureşti, 1994.
2. Academia de Studii Economice, *Economie politică*, Ed. Economică, 1995.
3. Beardshaw, John, *Economics, A Student's Guide*, Third Edition (with contributions by Andy Ross), Pitman Publishing, London, 1992.
4. Begg, David, Fischer, Stanley, Dornbusch, Rudiger, *Microéconomie* (adaptation française), Ediscience international, Paris, 1993.
5. Bodea, Gabriela, Ban, Irina, *Economica*, ed. a VII-a revizuită şi adăugită, Ed. Risoprint, Cluj-Napoca, 2017.
6. Bodea, Gabriela, *Teorie micro- și macroeconomică*, Ed. Risoprint, Cluj-Napoca, 2001.
7. Bodea, Gabriela, *Verticale în știința economică*, Ed. Risoprint, Cluj-Napoca, 2002.
8. Ceaușu, Iulian, *Dicționar enciclopedic managerial*, Ed. Academică de Management, vol. 1 și 2, București, 2000.
9. Chagnollaud, Dominique, *Dicționar al vieții politice și sociale*, Ed. ALL, București, 1999.
10. Cocioc, Paul (coord.), *Microeconomie*, Ed. Risoprint, Cluj-Napoca, 2013 (cursul Departamentului de Economie politică, Universitatea „Babeș-Bolyai", Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor).
11. Didier, Michel, *Economia: regulile jocului*, Ed. Humanitas, București, 1994.
12. Frakt, Austin, Piper, Mike, *Microeconomics Made Simple: Basic Microeconomic Principles Explained in 100 Pages or Less*, Simple Subjects, LLC, 2014, https://www.pdfdrive.com/microeconomics-made-

simple-basic-microeconomic-principles-explained-in-100-pages-or-less-d158771936.html.
13. Garello, Jacques, Naudet, Jean-Yves, *Abécédaire de science économique*, Éd. Albatros, Paris, 1991.
14. Griffiths, Alan, Wall, Stuart (editors), *Applied Economics. An Introductory Course.*, Sixth Edition, Longman, London and New York, 1995.
15. Guerrien, Bernard, *Economia neoclasică*, Ed. Humanitas, București, 1993.
16. Hausman, Daniel M. (editor) *Filozofia științei economice,* trad. Dorin Stanciu, Ed. Humanitas, București, 1993.
17. Hazlitt, Henry, *Economics in One Lesson*, Ludwig von Mises Institute, Aburn, Alabama, 2008, https://www.pdfdrive.com/economics-in-one-lesson-the-shortest-and-surest-way-to-understand-basic-economics-d174526479.html.
18. Heyne, Paul, *Modul economic de gândire*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1991.
19. Iancu, Aurel, *Tratat de economie*, vol.3, *Piață. Concurență. Monopol.*, Ed. Expert, București, 1992.
20. Lipsey, Richard G., Chrystal, K. Alec, *Economia pozitivă*, Ed. Economică, București, 1999.
21. Rajeev, P.V., *Economics Made Easy*, White Falcon Publishing, First Edition, 2017, https://www.researchgate.net/publication/331175386_ECONOMICS_MADE_EASY.
22. Samuelson, Paul A., Nordhaus, William D., *Economie politică*, Ed. Teora, București, 2000.
23. Stanford, Jim, *Economics for Everyone. A Short Guide to the Economics of Capitalism.*, Pluto Press, London, 2008, https://www.pdfdrive.com/economics-for-everyone-a-short-guide-to-the-economics-d12114076.html.
24. Stiglitz, Joseph E., *Principles of Microeconomics*, W. W. Norton & Company, New York / London, 1993.

Site-uri internet:

1. https://examples.yourdictionary.com
2. https://lumenlearning.com/courses/
3. https://mises.org/economics-beginners
4. https://www.apb.pt/financial_system/what_is_it
5. https://www.economicshelp.org
6. https://www.investopedia.com
7. https://www.khanacademy.org/economics-finance-domain/macroeconomics/macro-basic-economics-concepts



UNIVERSITAS • NAPOCENSIS
ROMANIA
PRESA UNIVERSITARĂ

ISBN: 978-606-37-1259-3